

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Томский политехнический университет

Направление подготовки 38.03.01

Кафедра Экономика

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы

Предпринимательство как инвестиционный процесс

УДК 339.37:330.322.01

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-3Б12	Горн Павел Владимирович		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Таран Екатерина Александровна			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Заведующий кафедрой экономики	Барышева Галина Анзельмовна	Док. экон. наук, профессор		

Томск - 2016 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Томский политехнический университет

Направление подготовки 38.03.01

Кафедра Экономика

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой

Г.А. Барышева

(Подпись)

(Дата)

(Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3-ЗБ12	Горн Павел Владимирович

Тема работы:

Предпринимательство как инвестиционный процесс	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	№943/с от 09.02.2016

Срок сдачи студентом выполненной работы:	10.06.2016
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе (наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).	Нормативно-правовые акты, интернет ресурсы, монографии, статьи в периодических изданиях, учебно-методическая литература по теме исследования.
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов (аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).	1) рассмотреть теоретические вопросы, связанные с предпринимательской деятельностью и с формированием инвестиционной стратегии предприятия; 2) оценить современное финансовое состояние компании; 3) рассмотреть какие бывают пост кризисные стратегии.
Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)	Рисунков – 6, таблиц – 9, презентация PowerPoint.

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)	
Раздел	Консультант
1.Социальная ответственность	Черепанова Наталья Владимировна
Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	11.02.2016
---	------------

Задание выдал руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Таран Екатерина Александровна			

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-3Б12	Горн Павел Владимирович		

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)	Требования ФГОС, критериев и/или заинтересованных сторон
<i>Универсальные компетенции</i>		
P1	Осуществлять коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты комплексной экономической деятельности.	Требования ФГОС (ОК-14; ПК-9; 11)
P2	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена команды, состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, с делением ответственности и полномочий за результаты работы и готовность следовать корпоративной культуре организации	Требования ФГОС (ПК-11; ОК-1,7,8)
P3	Демонстрировать знания правовых, социальных, этических и культурных аспектов хозяйственной деятельности, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности.	Требования ФГОС (ОК-2;3;16; 15)
P4	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности	Требования ФГОС (ОК-2; 9,10,11) Критерий 5 АИОР (2.6), согласованный с требованиями международных стандартов <i>EUR-ACE</i> и <i>FEANI</i>
P5	Активно пользоваться основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях	Требования ФГОС (ОК-13; ПК-1,3,510)
<i>Профессиональные компетенции</i>		
P6	Применять знания математических дисциплин, статистики, бухгалтерского учета и анализа для подготовки исходных	Требования ФГОС (ПК-1, ПК-2; ПК-3;4;5)

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)	Требования ФГОС, критериев и/или заинтересованных сторон
	данных и проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы;	ПК-7; ОК-5; ОК-4; ОК11,13)
P7	принимать участие в выработке и реализации для конкретного предприятия рациональной системы организации учета и отчетности на основе выбора эффективной учетной политики, базирующейся на соблюдении действующего законодательства, требований международных стандартов и принципах укрепления экономики хозяйствующего субъекта;	Требования ФГОС ПК-5; ПК-7; ОК-5,8
P8	Применять глубокие знания основ функционирования экономической системы на разных уровнях, истории экономики и экономической науки для анализа социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем	Требования ФГОС ОК-3,4; ПК-4,6,8,14,15);
P9	Строить стандартные теоретические и эконометрические модели исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, прогнозировать, анализировать и интерпретировать полученные результаты с целью принятия эффективных решений.	Требования ФГОС ПК-6; ПК-5; ПК-7; ПК-13;; ПК-8;
P10	На основе аналитической обработки учетной, статистической и отчетной информации готовить информационные обзоры, аналитические отчеты, в соответствии с поставленной задачей, давать оценку и интерпретацию полученных результатов и обосновывать управленческие решения.	Требования ФГОС ПК-4; ПК-5 ПК-7;8 ПК-10; ПК-13; ПК-5 ОК-1;2;3; ОК-6; ОК-13
P11	Внедрять современные методы бухгалтерского учета, анализа и аудита на основе знания информационных технологий, международных стандартов учета и финансовой отчетности	Требования ФГОС ПК-10;12 ОК-12

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)	Требования ФГОС, критериев и/или заинтересованных сторон
P12	осуществлять преподавание экономических дисциплин в общеобразовательных учреждениях, образовательных учреждениях начального профессионального, среднего профессионального, высшего профессионального и дополнительного профессионального образования.	Требования ФГОС ПК-14; ПК-15; ОК-2;
P13	Принимать участие в разработке проектных решений в области профессиональной и инновационной деятельности предприятий и организаций, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	Требования ФГОС (ПК-3,4,7; 11;12;13ОК-1,7, 8)
P14	Проводить теоретические и прикладные исследования в области современных достижений экономической науки в России и за рубежом, ориентированные на достижение практического результата в условиях инновационной модели российской экономики	Требования ФГОС ПК-4,9
P15	организовывать операционную (производственную) и коммерческую деятельность предприятия, осуществлять комплексный анализ его финансово-хозяйственной деятельности использовать полученные результаты для обеспечения принятия оптимальных управленческих решений и повышения эффективности.	Требования ФГОС (ОК – 7, 8, 12, 13; ПК – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,10, 11, 13)

* Указаны коды компетенций по ФГОС ВПО (направление 1080100 ЭКОНОМИКА (КВАЛИФИКАЦИЯ (СТЕПЕНЬ) "БАКАЛАВР")), утвержденному Приказом Минобрнауки РФ от 21 декабря 2009 г. N 74

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа 97 страниц, 6 рисунков, 9 таблиц, 65 источников, 1 приложение.

Ключевые слова: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, ИНВЕСТИЦИИ, ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС, ИННОВАЦИИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, СТРАТЕГИЯ.

Объектом исследования является ООО Фирма «Крепёж - деталь» города Томска.

Целью работы является изучение предпринимательской деятельности и выработка стратегических решений по выходу из кризисного состояния.

В процессе исследования проводилось рассмотрение таких вопросов, как: рассмотреть теоретические вопросы, связанные с предпринимательской деятельностью и с формированием инвестиционной стратегии предприятия; оценить современное финансовое состояние предприятия; рассмотреть какие бывают пост кризисные стратегии.

В результате исследования актуальность данной работы заключается в том, что предпринимательские фирмы могут осуществлять инвестиции в различных формах, так как существует достаточное многообразие объектов инвестиции, так же могут создавать основу инвестиционной деятельности предпринимательства. В современных условиях хозяйствования данная форма инвестирования для многих фирм является единственным направлением инвестиционной деятельности.

Основные конструктивные, технологические и технико-эксплуатационные характеристики: Выпускная квалификационная работа состоит из 2-х частей: в первой отражены теоретические основы предпринимательства в инвестиционном процесс; во второй – инвестиционные стратегии фирмы на примере ООО Фирма «Крепёж - деталь».

Оглавление

Введение.....	9
1 Теоретические основы предпринимательства в инвестиционном процессе.....	11
1.1 Предпринимательская деятельность. Понятие, цели и задачи предпринимательства.....	11
1.2 Экономическая сущность инвестиционного предпринимательства.....	18
1.3 Реальное инвестирование: сущность и формы.....	21
1.4 Сущность инновационной деятельности.....	31
1.5 Инновационный риск и предпринимательство.....	39
2 Инвестиционная стратегия фирмы на примере ООО Фирма «Крепеж - деталь».....	44
2.1 Характеристика ООО Фирма «Крепеж - деталь» и показатели финансового состояния.....	44
2.2 Потребность предприятия в привлечении инвестиций.....	47
2.3 Посткризисные стратегии: нестандартные предпринимательские решения.....	51
2.4 Разработка антикризисной стратегии на примере ООО Фирма «Крепеж - деталь».....	64
3 Социальная ответственность	80
Заключение.....	86
Список используемых источников.....	89
Приложение А – Аналитическая группировка и анализ статей актива и пассива баланса	95

Введение

Предприниматель является центральной фигурой рыночной экономики, поскольку она нацелена на сочетание всех факторов производства в единый процесс. У предпринимателя рождается идея, которая становится проектом и производством. Предприниматель ищет средства для своего проекта, зная, что средства всегда являются весьма дефицитным товаром. В качестве предпринимателя могут служить индивидуальный субъект, коллективное состояние, государство.

Работу предпринимателя допускается рассматривать как минимум с двух сторон: персональной (индивидуальной) и социальной.

С персональной позиции – это стремление получить максимальные доходы за счет реализации продукта согласно высоким расценкам, обеспечивая минимальные расходы.

С социальной позиции – предприниматель, исследуя потребности общества, старается их предельно удовлетворить, формируя новые рабочие зоны, повышая результативность изготовления посредством введения новшества, т.е. осуществляет общественную функцию.

Но предприниматель кроме того выплачивает налоги, вносит взносы в разные фонды, поддерживает местные организации, способствует увеличению бюджетных доходов на различных уровнях.

Общепринятой формой представления предпринимательских идей в пользу инвестиционного проекта (бизнеса). Одной из основных направлений деятельности бизнеса является инвестиционная деятельность. Финансовые ресурсы предприятия используются для финансирования текущих расходов и инвестиций.

Инвестиции обеспечивают динамичное развитие компании и дают возможность решать такие задачи, как:

1. Увеличение собственной предпринимательской деятельности за счет накопления финансовых и материальных ресурсов.

2. Приобретение новых компаний.

3. Изучение работы вследствие освоения новых областей бизнеса.

Предпринимательские фирмы могут реализовывать инвестиции в различных формах, так как существует достаточное многообразие объектов инвестиции.

Инвестиции можно классифицировать в соответствии с различными характеристиками. Основным показателем является объект классификации денежных инвестиций, на основе которых выделяют реальные и финансовые вложения.

Основу инвестиционной деятельности предпринимательства является настоящее инвестирование. В современных условиях хозяйствования данная модель инвестирования для многих компаний представляется единственным направлением инвестиционной деятельности.

Объектом исследования является ООО Фирма «Крепёж - деталь» города Томска.

Целью данной работы является изучение предпринимательской деятельности и выработка стратегических решений по выходу из кризисного состояния. Согласно данной цели необходимо решение следующих задач:

- 1) рассмотреть теоретические вопросы, связанные с предпринимательской деятельностью и с формированием инвестиционной стратегии предприятия;
- 2) оценить современное финансовое состояние компании;
- 3) рассмотреть какие бывают пост кризисные стратегии.

1 Теоретические основы предпринимательства в инвестиционном процессе

1.1 Предпринимательская деятельность. Понятие, цели и задачи предпринимательства

Рыночные отношения приводят к возникновению естественного желания у большого количества людей иметь свой собственный бизнес, с помощью которого они бы добились собственности. В конечном итоге это приводит к особому виду деятельности – предпринимательству [1].

Предпринимательство является одной из наиболее действующих форм экономической деятельности. Поведение людей усиливается тогда, когда они рискуют чем-либо (собственностью, падением известности, деньгами, положением и т.д.). Предприниматели в своем деле не всегда знают, продадут ли они весь товар и насколько это выгодно. Они идут на свой страх и риск: ведь подобные товары и услуги поступают на рынок и от других производителей. Данное формирует обстоятельство для возникновения такой деятельности, которая выражается в постоянном поиске усовершенствования своего положения в сопоставлении с имеющимся, всегда заставляет предпринимать что-либо для того, чтобы преуспевать и совершенствоваться.

Рассмотренные характеристики предоставляют возможность выделить в предпринимательстве главные отличительные признаки.

Во-первых - это самостоятельность и экономическая независимость деятельности. Предприниматель самостоятельно принимает решения по организации своего дела в любой экономической области (естественно, кроме запрещенной законодательством).

Во-вторых, любая деятельность предпринимателя сопровождается риском и неопределенностью преуспевания начатого дела. Вследствие этого такая работа предъявляет строгие требования к индивидуальным качествам человека, занимающегося предпринимательством. Здесь значимы компетентность и грамотность, знания и умения, а также характер.

В-третьих, главной характерной особенностью предпринимательской деятельности является основа в новизне (инновации). Это творческая, поисковая работа активных людей, которые согласно Й. Шумпетеру реформируют и революционизируют изготовление и прочие области своей деятельности [2].

Инновационный вид предпринимательства имеет возможность и обязан проявляться в абсолютно всех областях деятельности, так как в противоположном случае данную работу согласно всем критериям трудно отнести действительно к предпринимательству.

Именно творческий, новаторский характер поискового бизнеса, его нацеленность на достижение новых результатов отличают этот тип экономического поведения от репродуктивных (обычных, стандартных) видов экономической деятельности [3].

Таким образом, научное понимание предпринимательства никак не сводится к единственной функции – получение выгоды. Данное понимание очень многообразно и является многофункциональным явлением.

Очевидно, что основные черты предпринимательства, как отмечено выше, которые будут отображаться в его определении. В этой связи, рассмотрим определение предпринимательства, данное в Гражданском кодексе РФ, который устанавливает гражданские права и свободы, регулирует общение между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность.

В статье 2 Гражданского кодекса Российской Федерации определено, что «предпринимательской деятельностью является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» [4].

В определении предпринимательства, которое дано в Гражданском кодексе Российской Федерации, присутствуют два характерных признака этой деятельности: самостоятельность и опасность, тем не менее, никак не написано

о третьем характерном признаке, об инновациях. Таким образом, можно сказать, что определение, которое дано в Гражданском кодексе Российской Федерации, не в полной мере характеризует суть предпринимательской деятельности. В связи с этим предлагается следующее определение предпринимательства.

Предпринимательство - самостоятельная, творческая деятельность, направленная на поиск и внедрение инноваций для создания новых и совершенствования существующих продуктов (услуг) предприятий, организаций, осуществляемые на свой страх и риск с целью получения прибыли [5].

Кажется, что это определение наиболее подробно определяет предпринимательскую деятельность, так как содержит все три характерных признака деятельности.

Предприниматель имеет возможность заниматься разными видами деятельности, если они не запрещены законодательством, в том числе бытовых, промышленных, коммерческих и закупочных, инновационных, консультационных, коммерческих посредничеств, а также операции с ценными бумагами и другие.

Все виды деятельности, которые были выявлены, могут быть выполнены одним лицом или группой (партнерами) с использованием наемного труда или без статуса юридического лица или без него.

Субъекты предпринимательства включают в себя:

- граждане России и других государств, не ограниченные в соответствии с законом в своей деятельности;
- иностранные граждане и лица без гражданства в пределах полномочий, установленных законом;
- объединения граждан (партнеров).

Статус предпринимателя приобретает лишь тогда, когда предприятие пройдет государственную регистрацию. В тех случаях, когда предпринимательская деятельность ведется без применения наемного труда,

она регистрируется как индивидуальная трудовая деятельность, а с привлечением наемного труда - как предприятие [6].

Таким образом, предпринимательская деятельность осуществляется в двух формах:

- самим владельцем средства производства под свою имущественную ответственность (индивидуальная трудовая деятельность);

- руководителем компании от имени владельца. Собственностью, которой можно распорядиться, необходимо заключение договора, в котором описаны все взаимные обязательства сторон. Это соглашение должно указать ограничения прав на пользование имуществом и осуществлять определенные виды деятельности, условия и порядок финансовых отношений и пассивов, причины и обстоятельства прекращения. Предприниматель (руководитель) имеет право:

- привлекать на договорной основе, а также использовать средства, интеллектуальную собственность, имущество и отдельные имущественные права граждан и юридических лиц;

- сформировать свою собственную производственную программу, выбирать поставщиков и покупателей своей продукции, устанавливать цены на него в пределах, определенных законодательством Российской Федерации и договорами;

- осуществлять внешнеэкономическую деятельность;

- обеспечивать административной и регулирующей деятельностью в области управления бизнесом;

- нанимать и увольнять работников от имени собственника предприятия.

Для всех пунктов предприниматель должен организовать деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации и заключить контракты и нести ответственность по закону за ненадлежащее исполнение

заключенных контрактов, нарушение прав собственности других субъектов, загрязнение окружающей среды, нарушение антимонопольного законодательства, отказ соблюдать безопасные условия труда, реализации потребительских товаров, вредных для здоровья.

Предпринимательство имеет свою формулу, которая очень проста: получение максимальной прибыли при минимальном риске. Тем не менее, осуществить реализацию можно в условиях высочайшего уровня неопределенности в успешном деле. Данная неясность, с одной стороны, рыночные отношения (будут ли присвоены предложения на рынке предпринимателя), а с другой - динамичность изменения спроса и предложения. В итоге, главными особенностями предпринимательства являются угроза, активность, подвижность предпринимательских действий (не опоздать, своевременно поймать меняющиеся потребности). Предприниматель, как говорят, не сидит на месте, он постоянно разыскивает «новое». Для того чтобы выдержать конкурентную борьбу, руководитель непрерывно усовершенствует технологию производства, изменяет стоимость продукта, а также его качество в соответствии с преобразованиями.

Французский экономист Ж. Б. Сей еще в 1800 году, говорил, что предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности и низких доходов в область более высокой производительности и прибыльности [7].

Вместе с тем предпринимательство, как и любой вид деятельности, должен иметь теоретические основы, объясняющие его сущность. Если отталкиваться от цели предпринимательской деятельности, а именно постоянного поиска нового, то очевидно, что он не может полагаться только на классическую экономическую теорию, которая предусматривает способы оптимизации того, что уже существует, т.е. он сосредоточен на проблемах извлечения наибольшую выгоду из имеющихся ресурсов и достижения равновесия.

В связи с этим, с точки зрения американского ученого П. Ф. Друкера о том, что теоретическая основа бизнеса является экономической теорией динамического неравновесия [8].

Основатель этой теории был Шумпетер, который в своей книге «Теория экономического развития» (1912) отказался от классической экономической теории и утверждал, что «нормой» здоровой экономики не равновесие или оптимизация, динамический дисбаланс, что обусловлено новатором, предпринимательской деятельности. Она направлена на создание нового потребительского спроса, на получение чего-то иного, который отличался бы от предыдущего, обеспечивающего абсолютное удовлетворение потребностей. Правда, последнее означает не всегда что-то совершенно новое. Оно, как правило, основывается на уже известной потребительной стоимости (товаре либо услуге), однако, внедрив новую технологию, увеличив ответную реакцию во вложения, предприниматель сформирует новый рынок и нового покупателя. Образцом данного представляется линия ресторанов Макдональдс, деятельность которого является чистым предпринимательством. Автор располагает место, при котором потребность на данную продукцию увеличилась до такого уровня, что сформировалась особая «рыночная ниша».

Предприниматель добивается того, что было выше перечислено с помощью уже имеющегося «ресурса», в который он должен "вдохнуть" новую жизнь или отыскать новый источник, что, несомненно, поможет сформировать новые потребительские цены, которые приводят в конечном результате к так называемому созидательному разрушению. Проблема в том, что каждый источник становится нужным только лишь в том случае, когда человек найдет его в природе и наделит его экономической ценностью, т.е. имеет возможность приобрести из него или сформировать с его помощью новые продукты или предложения.

Отсюда следует, что основной принцип динамической теории неравновесия представляет собой новаторский подход, в результате которого создается новый ресурс, нарушая принятый баланс [9].

Этот инновационный подход следует рассматривать как инновационный процесс, который осуществляется сознательно и всегда в поиске изменений в существующей практике в качестве источника социально-экономических удобств.

Наиболее значительные изменения основаны на новых и блестящих идеях, но на реализацию необходимо использовать ряд принципов, а именно:

- все инновации должны быть направленного характера;
- все инновации должны брать свое начало с анализа возможностей, и, прежде всего, проанализировать источники инновационных возможностей;
- установление чувствительности рынка к инновациям.

Все что введено новое должно быть простым и направлено на решение только одной задачи. Простота и доступность – это залог успеха.

Следуя этим принципам, предприниматель на практике имеет возможность достичь не плохих результатов в работе.

В данном случае возникает вопрос: чем же отличаются от предпринимательства по собственному содержанию сравнительно устойчивые формы экономической деятельности (это, как правило, относится к учреждению деятельности компаний, располагающих крупными производственными и материальными фондами), которые в критериях рынка также стараются к получению выгоды как экономической основы их развития? Данное различие заключается в том, что их деятельность (формы и методы) базируется на долговременных целях становления компании. А цели включают не только приобретение выгоды, но и повышение либо удержание части рынка с целью сбыта собственных продуктов или оказание услуг, создание новых видов товара и услуг, конкретное усовершенствование качества выпускаемой продукции, систематическое обновление ассортимента и т.д.

Необходимость учета долгосрочных целей развития предприятия обуславливается тем, что их осуществление - проведение НИОКР, продолжительность изготовления, установление кооперации и т.д. – призывает

долгого времени. Помимо этого, нужно увеличить результативность применения дорогого оснащения, что может быть лишь на долгосрочной основе. Данное, безусловно, никак не означает, что обыкновенная модель экономической деятельности не содержит определенные элементы предпринимательской деятельности. Напротив, мобильность и активность, желание тщательно фиксировать рыночные условия и другие особенности предприятия, постоянно обсуждаются с точки зрения использования текущих тактических действий, направленных на успешную реализацию стратегических целей с учетом меняющихся условий окружающей среды, в которых предприятия работают [10].

В таком случае и предприниматель в своих действиях отталкивается от долгосрочного прогноза и в том числе, путем установления долговременных целей (в качестве такой цели, как правило, принимается прибыль) их собственного формирования, но это не имеет определяющего значения для результатов его деятельности. Оно исходит из необходимости получить результат для не длительного периода крайне важным для него (при условии, что в его распоряжении небольшие финансовые и материальные ресурсы), ускоряя оборот денежных средств. Этот бизнес включает в себя индивидуальное одобрение соответствующей технологической компетенции.

Таким образом, предпринимательская деятельность тесно связано с экономикой инвестиционных процессов.

Далее рассмотрим экономическую сущность инвестиционных процессов.

1.2 Экономическая сущность инвестиционных процессов

Инвестиционный процесс - ряд повторяющихся циклов инвестиций. В последние годы число активных участников инвестиционного процесса значительно возросло. Из-за огромного количества появившихся финансовых посредников он сильно усложнен [11].

Субъектами инвестиционной деятельности являются все участники реализации инвестиционного проекта:

- инвесторы;
- клиенты;
- исполнители заказа;
- пользователи объектов инвестиционной деятельности;
- поставщики;
- банковские, страховые организации;
- инвестиционные компании, фондовые биржи.

Инвесторы - субъекты этих инвестиций, которые вкладывают свои собственные, привлеченные и заемные средства в форме инвестиций и обеспечивающие их предполагаемого использования [12].

В качестве инвесторов также могут выступать:

- правительство Государства и правительство страны;
- органы местного самоуправления, муниципальных образований;
- отечественные предприятия, предпринимательские объединения и другие юридические лица, наделенные их уставами необходимыми правами;
- совместные российские и зарубежные компании и организации;
- иностранные компании;
- отечественные и иностранные физические лица;
- зарубежные страны;
- международные организации.

Институциональные инвесторы включают в себя:

- страховые компании;
- инвестиционные компании;
- не государственные пенсионные фонды;

- взаимные фонды.

Функция этих организаций является привлечение независимых средств массовой информации среди населения, различных хозяйствующих субъектов и их сосредоточиться на цели инвестирования.

Агрессивный инвестор – вкладывает в опасные, но приносящие высокий доход проекты.

Консервативный инвестор – желает получить хоть и небольшую выгоду, но которая будет гарантирована.

Стратегический инвестор – вкладывает свои средства в объект на продолжительный срок.

Инвестиционный проект - совокупность соединенных между собой намерений и практических действий по осуществлению инвестиций в целях достижения указанных финансово-экономического производства и социальных результатов.

Инвестиционные проекты (ИП) также классифицируют:

1. Производственные ИП – инвестирование в создание новых, расширение и модернизацию основных фондов.

2. Научно-технические ИП – направление средств на развитие и создание новых высокоэффективных продуктов с новыми свойствами, новых технологий и технологических проектов.

3. Предпринимательские ИП – рентабельность инвестиций, осуществляемых в результате покупки продажи и перепродажи любых продуктов, товаров и услуг.

4. Финансовые ИП – связанные с приобретением, формирование портфеля ценных бумаг, хорошо также их осуществление и выпуск ценных бумаг.

5. Экологические ИП – инвестиции в природоохранные объекты, развитие экологических технологий.

6. Социально-экономическое ИП - инвестирование в улучшение состояния здоровья, образования и культуры [13].

Инвестиционная программа – набор инвестиционных проектов и предложений с конкретную целевую направленность. Инвестиционная программа включает в себя весь спектр ИП.

Основными задачами инвестиционного планирования являются:

- определение потребности в инвестиционных ресурсах;
- определить возможные источники финансирования и рассмотрения вопросов взаимодействия с инвесторами;
- плата за данный источник;
- подготовка финансового расчета эффективности инвестиций с учетом возврата заемных средств;
- разработка детального проекта бизнес-плана для представления потенциальным инвесторам.

В данном разделе были представлены инвестиционные проекты по классификациям. Далее рассмотрим реальное инвестирование.

1.3 Реальное инвестирование: сущность и формы

Основой инвестиционной деятельности предприятия являются реальные инвестиции (вложения). На многих предприятиях, это инвестирование в современных условиях играет исключительную направленность инвестиционной деятельности. Это определяет максимальное значение фактического управления инвестициями в инвестиционной деятельности предприятия системы. Чтобы выполнить настоящие вложения нужно знать их особенности. Основными особенностями являются:

- Фактические инвестиции являются основной формой стратегии экономического развития. Основная цель этой формы обеспечивается внедрение высокоэффективных реальных инвестиционных проектов, процесс стратегического формирования компании является не более чем набор текущих времени инвестиционных проектов. Именно эта форма инвестирования позволяет предприятию

успешно выйти новый продукт и региональные рынки, обеспечить постоянное улучшение ее рыночной стоимости.

- Реальные инвестиции тесно связаны с операционной деятельностью предприятия. Цель увеличения производства и продаж, расширение перечня выпускаемой продукции и повысить их качество, снижая текущие эксплуатационные расходы, являются решением, как правило, в результате этих инвестиций. В свою очередь, к настоящему времени реализованных реальных инвестиционных проектов во многом зависит от параметров предстоящего операционного процесса, потенциал для увеличения объема своих операций.

- Реальные инвестиции, как правило, обеспечивают более высокий уровень рентабельности по сравнению с финансовыми инвестициями. Эта способность генерировать большую прибыль является одним из мотивов для предпринимательской деятельности в реальном секторе экономики.

- Реальные инвестиции обеспечивают компании стабильный чистый денежный поток. Это чистый денежный поток, созданный амортизации основных средств и нематериальных активов, в том числе в периоды, когда использование реализованных инвестиционных проектов не прибыльным предприятием.

- Реальные инвестиции подвержены высокому уровню риска морального износа. Это сопровождается риском инвестиционной деятельности, как в ходе реализации реальных инвестиционных проектов, а также за период пост эксплуатации. Быстрый научно-технический прогресс сформировал тенденцию к увеличению уровня риска в процессе реального инвестирования.

- Реальные инвестиции имеют высокую степень продвижения анти защиты. Опыт показал, что в условиях инфляционной экономики темпов роста цен на многие объекты реального инвестирования не только встречается, но и во многих случаях даже опережает уровень инфляции,

реализуя большую инфляцию спроса предпринимателей, материализовался объект предпринимательства.

- Реальные инвестиции менее ликвидны. Это узкоцелевая ориентация многих форм этих инвестиций, практически без неполной версии альтернативного хозяйственного использования. В связи с этим, чтобы компенсировать экономически неправильные управленческие решения, связанные с началом фактических инвестиций это очень трудно. Реальные инвестиции осуществляются предприятиями в разных формах, главными из которых являются следующие.

- Приобретение целостных имущественных комплексов. Это операция инвестиции крупных компаний, обеспечивающих промышленность, товар или региональной диверсификации своей деятельности. Эта форма данной привязанности обеспечивает, как правило, "синергии", которая представляет собой увеличение общей стоимости активов двух компаний (по сравнению с балансовой стоимости). Наиболее успешного применения их общего финансового потенциала, дополнительной технологии и ассортимента продукции, сократить возможности уровня операционных затрат, совместного использования сбытовой сети на различных региональных рынках и других аналогичных факторов.

- Новое строительство. Это операция инвестиций связана со строительством нового объекта с полным технологическим циклом, в соответствии с которым лично создал стандартный план в определенных областях. Для нового строительства, компания использует, радикально увеличивая размер собственной операционной деятельности в будущем этапе своей отрасли, товар или региональной диверсификации (создании филиалов, дочерних компаний и т.д.).

- Перепрофилирование. Это операция инвестиции, обеспечивая полное изменение технологии производственного процесса для производства новых продуктов.

- **Реконструкция.** Это операция инвестиций, что связано со значительным преобразованием всего производственного процесса на основе современных научных и промышленных достижений. Она осуществляется в соответствии с комплексным планом реконструкции, с тем, чтобы радикально увеличить свои производственные мощности, значительное повышение качества продукции, внедрение ресурсосберегающих технологий и т.д. В процессе реконструкции является возможность реализовать расширение отдельных производственных зданий и сооружений (если новое оборудование не могут быть размещены в существующих зданиях). Строительство новых зданий и сооружений для той же цели, а не уничтожены на территории действующего предприятия, последующее использование которых связано с технологическими или финансовыми причинам считается нецелесообразным.

- **Модернизация.** Это операция инвестиций связана с улучшением и приведением активной части производственных фондов к государству, надлежащее выполнение текущего уровня научно-технологических процессов, структурных изменений основного парка транспортных средств, компонентов и оборудования, используемого в настоящее время в процесс оперативной работы.

- **Обновление отдельных видов оборудования.** Это инвестиционная операция, которая связана с заменой (из-за физического износа и амортизации) или добавление (в связи с увеличением объема работы или необходимости повышения производительности) флота разделения последней из видов оборудования, не меняет общей схемы научно-технического прогресса. Обновление отдельных видов оборудования определяет в основном процесс простого воспроизводства активной части основных производственных фондов.

- **Инновационное инвестирование в нематериальные активы.** Этот инвестиционный процесс предназначен для использования в

операционной или иной деятельности новых научно-технических знаний в целях достижения коммерческих успехов. Инновационные инвестиции в нематериальные активы осуществляются в двух основных конфигурациях: а) путем получения обработки готовой продукции и других прав (приобретение патентов на открытия, изобретения, промышленные образцы и товарные знаки, приобретение последней, получение лицензий, франчайзингу); б) путем разработки новой научно-технической продукции (как внутри компании, и по его просьбе соответствующие инженерные фирмы). Исполнение инноваций вложения в составе нематериальных активов позволяет существенно повысить технологический потенциал предприятия во всех сферах экономической деятельности.

- Рост инвестиций в товарно-материальных запасах активов. Это операция инвестиций, целью которого является увеличение размера используемой операционной рабочей капиталных активов компании, обеспечивая наиболее желаемый баланс (согласованность) в развитии в необоротных и текущих операционных активов в результате инвестиционной деятельности. Потребность в этом виде инвестиций соединено с тем, что каждое увеличение производственных возможностей, предоставляемых ранее рассмотренных конфигураций инвестиций, определяет возможность выпускать дополнительный выход. Тем не менее, эта возможность может быть реализована только с соответствующим расширением объема использования материальных оборотных активов отдельных видов (материальных запасов, сырья, полуфабрикатов, недорогих и высокого износа деталей и т.д.) [14].

Все выше перечисленные формы реального инвестирования могут быть присоединены к трем ключевым направлениям: капитальные вложения или капитальные расходы (первые шесть форм), инновационные инвестиции (седьмая форма) и рост инвестиций в составе оборотных активов (восьмая форма).

Выбор конкретных конфигураций инвестиционной компании связано с общепромышленными вопросами, продуктами и региональной диверсификацией своей работы (чтобы увеличить размер операционного дохода). Особенно внедрение новых ресурсосберегающих и трудосберегающих технологий (направленных на снижение уровня операционных расходов) в качестве потенциального инвестирования средств (денежных средств в иностранной валюте и других форм было названо в целях исполнения инвестиций в объекты инвестиций).

Специфический характер реального инвестирования и его форм определяют определенные особенности его осуществления на предприятии. При высокой инвестиционной активности предприятия с целью повышения эффективности управления реальными инвестициями разрабатывается специальная политика такого управления [15].

Фактическая стратегия по управлению инвестициями является частью общей инвестиционной стратегии для сбора, оценки и внедрения более эффективных реальных инвестиционных проектов.

Порядок разработки реальной политики управления инвестициями компании выполняется в контексте следующих ключевых шагов.

- Анализ состояния реального инвестирования в будущем периоде. В ходе этого анализа оценивается степень инвестиционной деятельности компании в предыдущем этапе, и уровень завершения этих инвестиционных проектов и программ, инициированных ранее.
- На первом этапе анализа исследовали динамику общего объема средств, в увеличении этих активов, доля инвестиций в общем объеме инвестиций в стадии предварительного планирования.
- На втором этапе анализа рассматривается уровень отдельных инвестиционных проектов и программ, степень изучения инвестиционных ресурсов, выделяемых на эти цели, в контексте инвестиционного объекта.

- На третьем этапе анализа определяется степень полноты реальных инвестиционных проектов и программ, начатых ранее, установить необходимое количество инвестиционных ресурсов для полного завершения.

- Определение общих реальных инвестиций в предстоящий период. Основанием для определения этого показателя, как ожидается, рост объема основных фондов компании в контексте их отдельных видов, еще нематериальных и оборотных активов, обеспечивая увеличение объема его производственной и коммерческой деятельности. Величина этого прироста устанавливается с учетом динамики объема ранее незавершенного капитального строительства (незавершенные инвестиции).

- Определение форм реального инвестирования. Эти формы определяются на основе конкретных областей инвестиционной деятельности, которые обеспечивают воспроизведение основных средств и нематериальных активов, дальнейшее увеличение объема собственных оборотных средств.

- Поиск отдельных объектов инвестирования и оценка их соответствия направлениям инвестиционной деятельности предприятия. В процессе реализации инвестиционной политики изучается текущее предложение на инвестиционном рынке, отобраны для исследования отдельных реальных инвестиционных объектов, наиболее полно соответствующих направлений инвестиционной деятельности компании (ее отраслевой и региональной диверсификации). Обсуждаются возможности и условия для приобретения некоторых активов (техники, технологии и т.д.) для возобновления их существующих видов. Был проведен тщательный анализ выбранных инвестиционных целей.

- Подготовка бизнес-планов реальных инвестиционных проектов. Все формы огромных настоящих инвестиций (в дополнение к обновлению некоторых видов из-за их износа механизма и оборудования)

рассматриваются как реальные инвестиционные проекты. Подготовка инвестиционных проектов требует разработки их бизнес-планов в рамках компании. Для этих небольших инвестиционных проектов позволили разработать короткой версии бизнес-плана (с изложением только те разделы, которые непосредственно определяют возможности их реализации).

- Обеспечение высокой эффективности реальных инвестиций. Выделенные на предварительном этапе инвестиционные объекты анализируются с позиции их экономической эффективности. Кроме того, для каждого объекта инвестирования используют конкретные методы оценки эффективности. Оценка осуществляется распределением отдельных инвестиционных проектов с точки зрения их эффективности (рентабельности). В других аналогичных условиях выбраны для реализации объектов этих инвестиций, которые обеспечивают наибольшую рентабельность.

- Обеспечение минимизации уровня рисков, связанных с реальным инвестированием. В ходе реализации инвестиционной политики в первую очередь должны быть выявлены и оценены риски, присущие каждому конкретному инвестиционному проекту. Согласно оценке, проведенной распределение отдельных инвестиционных объектов в соответствии с их уровнем риска, и выбраны для реализации тех, которые, при прочих равных условиях обеспечить минимизацию инвестиционных рисков. Наряду с рисками отдельных инвестиционных целей оценки инвестиционных рисков, связанных с этим инвестиций в целом. Эта область инвестиционной деятельности, связана с отвлечением средств в крупном масштабе и, как правило, в течение длительного периода, что может привести к снижению уровня платежеспособности компании в текущих обязательствах. Кроме того, финансирование отдельных инвестиционных проектов часто осуществляется за счет привлечения значительного объема заемного капитала, что может

привести к сокращению долгосрочной финансовой устойчивости компании. В результате, в процессе разработки инвестиционной политики должны сначала дать прогноз на влияние инвестиционных рисков будет иметь на рентабельности, платежеспособности и финансовой устойчивости компании.

- Обеспечение ликвидности объектов реального инвестирования. К настоящему времени инвестиции необходимо учитывать, что, из-за существенных изменений в иностранных инвестиционных условиях среды формирования инвестиционного рынка или стратегии компании в будущем периоде для отдельных объектов этих инвестиций имеет возможность быстро уменьшить прогнозируемую рентабельность, увеличить уровень риска, уменьшить важность других показателей инвестиционной привлекательности компании. Это потребует своевременного решения о выводе ряда объектов инвестиционной программы этой инвестиционной компании (за счет средств их реализации) и реинвестирования денежных средств. С этой целью в соответствии с любым аспектом инвестиций должна быть оценена степень ликвидности инвестиций. Оценка осуществляется распределением некоторых из этих инвестиционных проектов с точки зрения их ликвидности. В других аналогичных условиях выбраны для реализации тех, которые имеют максимальную потенциальную ликвидность.

- Формирование программы реальных инвестиций. Выбранные в процессе оценки эффективности эти инвестиционные проекты при условии последующего обзора уровня с позиции риска их реализации, а также другие показатели, которые связаны с целью их реализации. На основе комплексной оценки, с учетом запланированного объема инвестиционных ресурсов компания формирует свою программу этих инвестиций на следующий период. Если программа формируется в соответствии с приоритетными задачами, определяющими

(максимизации доходности, минимизации инвестиционного риска и т.д.), необходимость дальнейшей оптимизации этих инвестиционных программ не появлялось. Если остаток приходится на отдельные цели, и в этом случае портфель оптимизирован в соответствии с различными аспектами мишени с целью сбалансирования их выполнения, а затем приняты к непосредственной реализации.

- Обеспечение реализации отдельных инвестиционных проектов и инвестиционных программ. Основными документами, которые обеспечивают реализацию какого-либо конкретного реального инвестиционного проекта, являются капиталовый бюджет и календарный график реализации инвестиционного проекта [16].

Бюджет капитала разрабатывается, как правило, на срок до одного года и отражает все расходы и поступления денежных средств, связанных с осуществлением этого проекта. График реализации инвестиционного проекта (программы) устанавливает основные периоды времени на выполнение отдельных видов работ и сдвигающие производительности ответственности (только что и риски невыполнения отдельных этапов работ) на конкретных представителей заказчика (компании) или поставщика в соответствии с их функциональными обязанностями, изложенные в договоре на выполнение работ.

Все формы этих инвестиций проходят три основных этапа (фазы), которые вместе образуют цикл инвестиций:

- преинвестиционная фаза, в ходе которой были разработаны альтернативные варианты для других инвестиционных решений, анализирует их и принимает к реализации конкретный вариант;
- инвестиционная фаза, в ходе которой исполняется непосредственная реализация установленного инвестиционного решения;
- постинвестиционная (эксплуатационная) фаза, в течение которой поддерживается контроль над достижением заданного

исполнения инвестиционных решений в эксплуатации инвестиционного объекта.

Базу прединвестиционного периода цикла настоящего инвестирования является подготовка инвестиционного проекта (аналогом этого термина выступают «бизнес-план», «технико-экономическое обоснование» и др.).

Инвестиционный проект включает в себя основной документ, острую потребность в этих инвестициях, которые в общих приоритетных областях, изложены основные характеристики проекта и финансовые показатели, связанные с ее осуществлением [17].

Долгосрочные вложения денежных средств в действительный капитал относят к реальным инвестициям. Затем рассмотрим, какова сущность инновационной деятельности.

1.4 Сущность инновационной деятельности

Анализ деловой активности в развитых странах показывает, что существуют две модели предпринимательства: классическая и инновационная.

Классическое предпринимательство — это традиционное консервативное предпринимательство, которое направлено на максимальную отдачу от ресурсов, объемы производства с участием управления внутренних и внешних факторов для выявления резервов компании для повышения рентабельности, обновления номенклатуры выпускаемой продукции [17].

Максимальная эффективность ресурсов достигается, если предприниматель предприимчив и готов пойти на строго дозированный риск зная при этом потребности рынка.

Инновационное предпринимательство — модель предпринимательской деятельности, которая связана с инновациями.

Под инновационным предпринимательством понимается процесс создания и коммерческого использования инноваций, нововведений в разных сферах.

Роль предпринимателя заключается в создании инноваций, продукты, ранее неизвестные, с использованием новой комбинации традиционных факторов экономики (труд, земля и капитал). Занимаясь инновационной деятельностью, предприниматель ориентирован на ускорение темпов научно-технического прогресса, который находится под влиянием новых изобретений и продукты быстро становятся устаревшими. Таким образом, предприниматель должен быть готов удовлетворить будущие потребности клиентов сегодня.

Для внедрения и распространения инноваций (товаров, услуг, технологий, новой организации производства и труда) требует тесного контакта с клиентами.

Как показывает практика, быстро адаптироваться к рынку, учитывать новые потребности, конечно, способен только малый бизнес. Крупные фирмы, из-за своей инертности, медлительности не могут быстро адаптироваться, но они могут воспроизвести инновации в массовом масштабе, что и предлагают малому бизнесу.

Роль предпринимателя как новатора наиболее подробно выразил и обосновал Й. Шумпетер:

Задача предпринимателей - реформировать и революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, а в более общем смысле - за счет использования новых технологий для производства новых продуктов или старых продуктов с помощью новой техники, благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции - вплоть до реорганизации старых и создание новых производств [18].

Что же понимать под инновациями, новшествами? На первый взгляд, вопрос кажется простым. Но при детальном его рассмотрении можно столкнуться со сложностями.

Существует множество определений инновации. Вот некоторые из них.

1. Инновация (нововведения) — это изменение в структуре производственного организма, а именно, внутренняя структура его перехода к новому состоянию [19].

2. Инновация — это сложный процесс создания, распространения и использования новых практических инструментов (инновации для более полного удовлетворения потребностей людей известных) [20].

3. Инновация — это практическое применение, внедрение и использование новых идей, предложений, научных и технологических решений [20].

4. Инновация — это выгодное использование инноваций в виде новых технологий, продуктов и услуг, организационных, технических и социально-экономических решений промышленных, финансовых, коммерческих и административных [21].

5. Инновация — это объект, который вкладывается в производство результатом научных исследований или официальных открытий, качественно отличается от предыдущего аналога [22].

Две точки зрения присутствуют в этих определениях: во-первых, новая идея, продукт, услуга, а во-вторых, введение новой системы производства, что приводит к изменению самой системы производства, переход к новому качественному состоянию.

Й. Шумпетер под инновациями понимал переход с одного уровня качества на другой, т.е. переход системы производства в другую плоскость с новыми параметрами более высокого качества. По мнению Шумпетера, «произвести» - это значит, не объединить имеющиеся ресурсы, а создать что-то новое (и это касается не только производство, но и на рынок). Он выделяет пять типичных изменений:

- 1) за счет использования новых технологий, новых процессов и нового рыночного обеспечения производства;
- 2) в связи с введением продуктов с новыми свойствами;
- 3) связаны с использованием новых видов сырья;
- 4) в организации производства и способа логистики;
- 5) в связи с появлением новых рынков сбыта.

Поскольку устоявшейся классификации нововведений пока не существует, приведем в таблице 1 классификацию инноваций, предложенную в работах С.Д. Ильенковой [23].

Таблица 1– Классификация инноваций

Критерий	Виды инноваций
Распространенность	<ul style="list-style-type: none"> • Единичные • Диффузные
Место в производственном цикле	<ul style="list-style-type: none"> • Сырьевые • Продуктивные • Обеспечивающие
Преемственность	<ul style="list-style-type: none"> • Открывающие • Отменяющие • Замещающие • Возвратные
Охват доли рынка	<ul style="list-style-type: none"> • Локальные • Системные
Потенциал и степень новизны	<ul style="list-style-type: none"> • Радикальные • Совершенствующие • Комбинированные
Сфера деятельности предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Технологические (производственные) • Экономические (торговые) • Социальные (управленческие)

Инновационное создание бизнеса, который связан с развитием и коммерческим использованием нового продукта или услуги. Этот процесс включает в себя поиск новой идеи, ее оценки, составление бизнес-плана; найти необходимые ресурсы, создание прототипа, тестирования; исследование рынка и продвижение товара на рынок [24].

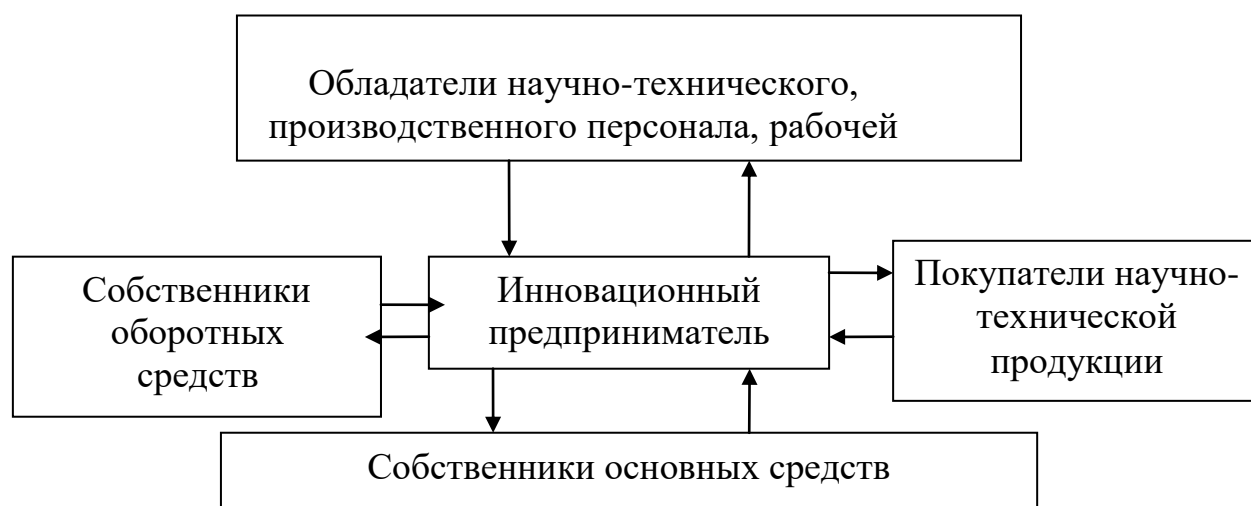
Основные этапы разработки товара-новинки представлены на рисунке 1



Рисунок 1 – Основные этапы разработки новшества

В своей деятельности предприниматель руководствуется жесткой реализацией инновационного алгоритма приведенной в рисунке 2 [25].

Рисунок 2 – Принципиальная схема инновационного предпринимательства



Инновационное предпринимательство требует постоянного поиска: новые идеи, новые продукты, новые услуги, хорошо в качестве организационных форм создания и инноваций. Но здесь кроется противоречие:

за инновацией необходимы новые организационно-правовые формы, а также для производства продукции (услуг) - консервативные, устоявшиеся, обеспечивающие изготовление оборудования, приобретение сырья, организацию массового производства и в конечном счете - вывод. Противоречие заключается в том, что научные исследования нуждаются в больших финансовых средствах, например, при поиске материала с новыми свойствами, необходимо проводить эксперименты с использованием специального оборудования, квалифицированный персонал. Эти условия обеспечивают тщательность и глубину исследований. Кроме того, в инновационном бизнесе не менее важен опыт и интуиция отдельных исследователей, лиц, получивших новый принцип или новый продукт, способный создать коммерческое использование изобретения в пределах малого бизнеса. Преимущества малых организационных форм в инновационной деятельности, по мнению О. Стрекалова [26], следующие:

- 1) мобильность и гибкость перехода к инновационной деятельности, высокой восприимчивости к инновациям фундаментальных, так как процесс возглавляет, как правило, автор инноваций;
- 2) сильный и многогранный характер мотивации из-за неэкономических причин (для автора изобретения - дело жизни и чести), и экономические (только успешной реализации данного изобретения, его коммерциализация позволит автору иметь место в качестве предпринимателя);
- 3) специализация творческого поиска, сужение сферы технических идей, несколько управленческих кадров;
- 4) ориентация на конечный результат в широком использовании всех видов ресурсов, и прежде всего умный;
- 5) способность к риску, что совершенно недопустимо для крупных организаций.

Для инновационного предпринимательства важно иметь бизнес-среду, которая позволяет найти необходимые организационные формы для реализации идей, инноваций.

Предпринимательская среда - это среда способствует размножению и реализации целенаправленного поиска, подготовки к внедрению инноваций. Элементы такой среды являются инвесторы со свободными финансовыми ресурсами и с производителями резервных мощностей, которые могли бы использовать их для производства конкурентоспособной продукции; необходимой инфраструктуры [27].

Существуют различные организационно-правовые формы инновационного предпринимательства. Широкое развитие получили венчурные компании, которые работают с большой степенью риска.

Венчурная компания, специализирующаяся в области исследований, разработки, производства новых видов продукции и услуг. Создание таких фирм, как правило, научных работников, инженеров и изобретателей. Венчурные фирмы работают на стадии роста и насыщения изобретательской активности и, как правило, передают свои выводы другим компаниям - эксплорентам, образцам пациента, коммутаторам. Венчурный капитал представляет собой инвестиции не только крупных компаний, но и банков, государственных учреждений, страховых компаний, пенсионных фондов и другие сферы с повышенной степенью риска, в расширении бизнеса.

Фирма-эксплорент — это пионерная фирма, «снимающая сливки», — увеличение доли прибыли и сверхприбыли на стадии максимального цикла изобретательской активности и для первых партий нового продукта.

Фирма-пациент работает, как правило, на узкий сегмент рынка и отвечает потребностям, которые формируются под влиянием моды, рекламы. Такие фирмы работают на этапах роста выпуска продукции и в то же время - на стадии падения изобретательской активности.

Фирма-коммутант работает на этапе падения цикла выпуска продукции: она направлена на удовлетворение местных, национальных потребностей, адаптации нововведений к конкретным местным условиям, делает изменение на различных этапах производственного цикла - от запуска новых продуктов на изменение уже выпускаемых продуктов.

Интересной организационно-территориальной формой инновационного предпринимательства являются научно-технологические парки (технопарки) — это независимые организационные структуры, созданные в сфере науки и научного обслуживания в целях поддержки малого бизнеса и создания условий для развития производства и реализации инновационной продукции на рынке.

Основные задачи технопарков:

- превращение открытий и изобретений в технологии;
- превращение технологий в коммерческий продукт;
- передача продукта в массовые технологии производства за счет малого бизнеса;
- формирование и формирование высокотехнологичного рынка фирм;
- поддержка предприятий в области высокотехнологичного бизнеса.

Бизнес-инкубатор — структура, специализирующаяся на создании благоприятных условий для возникновения эффективной деятельности малых инновационных компаниях, реализующих оригинальные научно-технические идеи.

Бизнес-инкубатор выполняет ряд функций:

- оказывает поддержку компаниям, предоставляя им льготные условия для опытного производства оборудования, консультационных услуг, ввод неизвестных фирм в круг бизнеса, юридических и информационных услуг;
- способствует успешной технологии риска стратегии коммерциализации;
- выполняет образовательную функцию.

Одним из новых и весьма перспективных направлений инновационного бизнеса - использование венчурного (рискованного) капитала. Термин «риск» означает, что в отношениях между инвестором и предпринимателем подачи заявок на финансирование от него, есть элемент приключений.

Венчурное инвестирование осуществляется в малых и средних предприятиях, которые разрабатывают новые материалы, технологии или

готовый продукт. Как и в любой инновации есть элемент риска, а иногда и его доля значительна, она нуждается в инновационных фондах венчурных капиталистов. Фонды венчурного капитала или компании предпочитают вкладывать средства в компании, чьи акции не торгуются на открытом рынке, на фондовом рынке, полностью распределены между акционерами - физическими или юридическими лицами.

Инвестиции направляются либо в акционерный капитал государственных или частных компаний с ограниченной ответственностью в обмен на долю, или предоставляются в форме инвестиционного кредита на срок от 3 до 7 лет. Встречается и комбинированная форма венчурного инвестирования, в котором часть денежных средств, уплаченный в акционерный капитал, другой доступный в форме инвестиционного кредита.

Далее рассмотрим инновационные риски и предпринимательство.

1.5 Инновационный риск и предпринимательство

Риск является стоимостью усилий и денег в неопределенном соотношении выигрышей и потерь, шансов на успех и неудачи. Риск велик, если шансы невелики. Риски отличаются по размеру, то есть от степени вероятности достижения желаемого результата, в сфере принятия решений. Активный риск происходит от бизнеса, от инициативы. Пассивный риск - от холостого хода времяпрепровождение. Когда мы имеем дело с инновациями, рисками, полученными от профессиональной деятельности.

Инновационные риски можно разделить на две группы:

- 1) имеющие поисковый характер и связанные с правильным выбором новых идей, инноваций;
- 2) риски реализации, неизбежно возникающие при переводе инноваций в промышленное нововведение.

Любое вложение капитала придает риск из-за высокой неопределенности будущих инвестиционных условий.

Существует несколько видов основных рисков по объекту инновации:

- рыночный риск определяется вероятностью потери капитала за счет спроса и предложения инновационных продуктов движения и цены факторов производства;
- бизнес (производственный) - риск выражается в погрешности при оценке эффективности инноваций, продолжительность инвестиционного периода, производства и экономического цикла, выбор организационных и управленческих систем, подбор и обучение персонала;
- финансовый риск, связанный со снижением стоимости денег и активов в период инвестиций и коммерческой реализации новшеств.

Уровень риска - контролируемая переменная. Степень контроля сильно зависит от общей политической и социально-экономической ситуации в стране. Риск политической нестабильности является особенно тяжелым, так как он не подлежит страхованию. Повышенные риски сопровождают кризисы в экономике.

Антипод риска - гарантии. Последние два типа: гарантия достижения желаемого результата, а также гарантия компенсации потери. Первые могут быть предусмотрены как увеличение усилий и денег, а также меры против отклонения в движении к ожидаемому результату. Гарантии оплаты могут вернуть полностью или частично финансовые и материальные потери от сбоев. Эти гарантии трудно реализовать в условиях кризиса экономики, когда фискальная нагрузка на производство чрезвычайно большая и трудно предсказать (налоговый риск). Кроме того, чтобы справиться с рисками инновационного бизнеса, вы должны иметь надежную социальную инфраструктуру: связанных в деловых отношениях (деловой риск), тщательности в работе, способность быстрых точных решений и изменить сферу деятельности (психологический риск).

Основными характеристиками инновационного проекта являются элементы денежного потока и процентная ставка. Бухгалтерские риски, связанные с целенаправленным изменением одного из этих параметров. Принятие инновационных решений на основе не только на денежном измерении. Он использует ряд конкретных критериев, с учетом отношения инвестора к ожидаемым результатам: общая теория полезности, кривые безразличия, характеризующие склонность к риску, безрисковые эквиваленты, а также характер использования этих экспертных оценок.

В частности, имитационная модель используется в экспертных оценках риска пессимистические, реалистические и оптимистические варианты реализации инновационного проекта. Для каждого варианта рассчитывается:

- показатель NPV
- размах вариации $R_{npv} = NPV_o - NPV_n$ (где n — наибольшее изменение NPV)

Из сравниваемых вариантов осуществления считается более рискованным тот, у которого диапазон вариации NPV больше или среднее квадратичное отклонение.

Модель изменяет денежный поток в экспертной оценке возможных изменений в стоимости годового денежного потока, что приводит к расчету нового значения NPV. Выбирается вариант (альтернативный проект), у которого NPV больше после регулировки потока.

Инфляционные риски являются наиболее важными, особенно для долгосрочных инвестиций в производство, так как трудно защитить от инфляции временно свободных кредитов и накопленных инвестиционных фондов, а также принять во внимание неопределенность растущей инфляции в разные периоды преимущества проекта, упускаемой из виду в этом проекте по сравнению с альтернативной инвестицией.

Инфляционный риск может быть уменьшен путем более точного прогнозом спроса и предложения на рынке (прогноз прибыли) и детального

расчета потребностей в финансировании, строго сбалансированных кредитов и доходов в каждом периоде.

Риск, связанный с упущенной выгодой, это зависит не только от общего уровня инфляции, а от неопределенности изменения каждого отдельного периода инноваций.

Сравнение доходности инвестиций в реальный сектор, как правило, осуществляют с инвестициями в высоколиквидные активы (гос. облигации). Например, количество I_0 можно потратить на инновации и получить время T возврата на вложенный капитал, или, наоборот, покупать государственные облигации - облигации с гарантированной долей в виде текущего дохода и возврата их стоимости.

Если сравнить данное движение денежных средств для инноваций и инвестиций в гос. облигации, разница в величине чистой текущей стоимости NPV показывает прибыльность инвестиционных возможностей.

Таким образом, важным условием преодоления сомнений предпринимателя (инвестора) в целесообразности инновационной продукции является перераспределение риска между работодателем, инноваций поставщика, кредитора и страховщика. В основе этого перераспределения рисков лежит адекватное распределение между результатом инновационной деятельности в долгосрочной перспективе.

Если сравнить данное движение денежных средств для инноваций и инвестиций в гос. облигации, разница в величине чистой текущей стоимости NPV показывает прибыльность инвестиционных возможностей.

Таким образом, важным условием преодоления сомнений предпринимателя (инвестора) в целесообразности инновационной продукции является перераспределение риска между работодателем, инноваций поставщика, кредитора и страховщика. В основе этого перераспределения рисков является адекватным распределение между результатом инновационной деятельности в долгосрочной перспективе.

1. Дизайн инновации в производстве на основе стратегических целей предпринимателя и установления целевых показателей экономического развития.

2. План инноваций (проект) - это система организационно-правовых и финансово-экономических документов, необходимых для внедрения инноваций в конкретном действующем предприятии или вновь созданного субъекта предпринимательской деятельности. Он содержит основные программируемые действия, основные финансово-экономические показатели, характеризующие размеры и ожидаемые результаты инноваций для будущего, а также оценки состояния объекта до и после нововведения.

3. Особенности проектирования инновации являются:

- ориентация изменения спроса и предложения на товарных рынках, включая рынок инноваций;
- множественность источников инвестиций и необходимость оптимизации структуры инвестиций;
- необходимость учета горизонта расчетов;

В то же время в период безрисковой ставки инвестиционных процентов по государственным облигациям могут быть учтены потери прибыли из-за ошибки денежного потока определения реальных инвестиций путем добавления к премиям процентных ставок безрисковых на риск.

- учет нескольких видов рисков: рыночного, инновационного (бизнес-риска), финансового;
- обязательное утверждение долгосрочных целей участников инновационной деятельности, а также их текущих коммерческих интересов.

4. Проектирование инновации включают в себя поддержку инвестиционных планов бизнеса для роста экономических показателей на определенном этапе жизненного цикла нововведений. В отсутствие финансовой поддержки бизнеса целесообразности разработали новый инвестиционный проект и план ликвидации существующего бизнеса.

2. Инвестиционная стратегия фирмы на примере ООО Фирма «Крепёж - деталь»

2.1 Характеристика ООО Фирмы Крепёж - деталь» и показатели финансового состояния

ООО Фирма «Крепёж - деталь» создано в июне 2006 года, занимается оптово-розничной торговлей крепежными изделиями.

Имеет два магазина: один в Томске, второй в г. Новосибирск, зарегистрированный как обособленное подразделение.

Арендует два помещения, каждый из которых площадью более 150 квадратных метров, в связи с этим деятельность не подпадает под обложение единым налогом на вмененный доход.

Основные расходы включают в себя: заработную плату, арендную плату, расходы на рекламу, банковские услуги, транспортные расходы. Фонд заработной платы в месяц 168 тыс. руб.

На рисунке 3 указано, что в штате 8 человек: директор, коммерческий директор, главный бухгалтер, грузчик, 4 продавца.

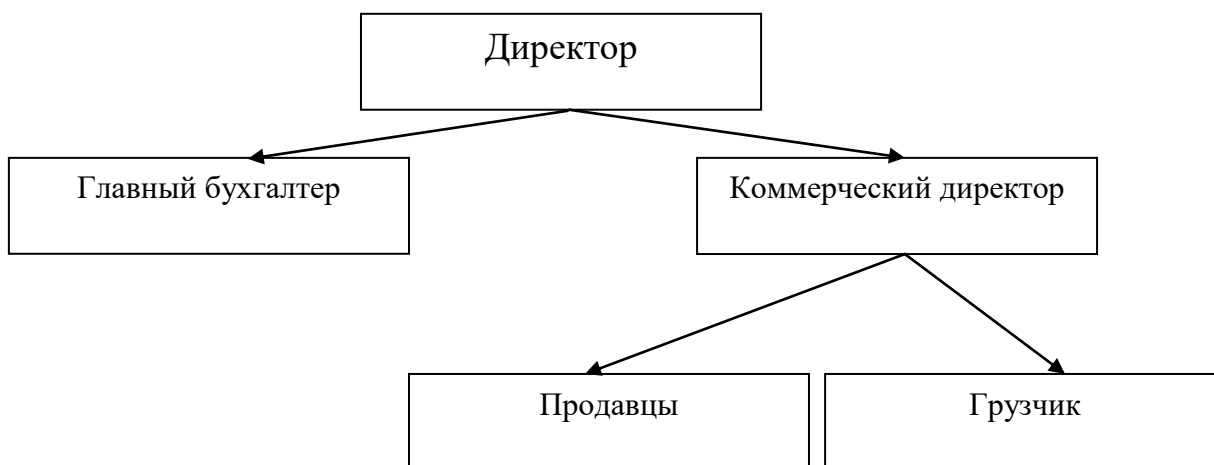


Рисунок 3 – Организационная структура предприятия ООО Фирма «Крепёж - деталь»

Конкурентным преимуществом продукции компании обеспечивается внедрением систем управления качеством и конкурентоспособными ценами. Постоянно отслеживается качество продаваемой продукции.

Согласно финансовой отчетности строится аналитический баланс и общая оценка финансового положения организации, а также оценочное состояние и использование имущества организации.

Данные аналитического баланса по горизонтали и по вертикали также анализируются в приложении А.

Из приложения А видно, что основные источники финансовых ресурсов коммерческих организаций заемных средств (в виде кредиторской задолженности), доля которого снизилась за последний год на 12,8% и достигла 60,7%. Доля собственных средств, наоборот, увеличилась на 12,8% и составила 39,3%, что свидетельствует о том, что положительная динамика развития предприятия. Большая часть финансовых ресурсов организации, вложенных в оборотные активы, доля которых за этот период увеличилась на 13,4% и достигла 94% от общего объема активов домашних хозяйств. Это произошло в основном за счет снижения дебиторской задолженности на 98 тыс. руб. и повышения денежных средств до 44 тыс. руб., что показано на рисунке 4.

Компания не имеет долгосрочных инвестиций, что указывает на отсутствие инвестиций в компании.

В приложении А также показано, что общая сумма капитала и резервов увеличился на 40,1%, в общей сложности 71 тыс. руб. Это было связано с увеличением нераспределенной прибыли. Уставный капитал остался без изменений.

В течение периода компания не имела каких-либо долгосрочных обязательств.

Краткосрочные финансовые вложения уменьшились на 6,5%, в общей сложности 19 тыс. руб. Это было связано со снижением кредиторской задолженности. Общая сумма заемных средств также уменьшилась на 19 тыс. руб.

Полученные данные показывают, что на предприятии идет уменьшение дебиторской и кредиторской задолженности, что отражает увеличение финансовой стабильности.

В данной компании довольно высокая доля заемного капитала 60,7%, это указывает на то, что необходимо уменьшить задолженности предприятия.

В общем, подводя итоги, можно сказать, что на предприятии идет улучшение финансового состояния, т.к. доля обязательств уменьшается [28].

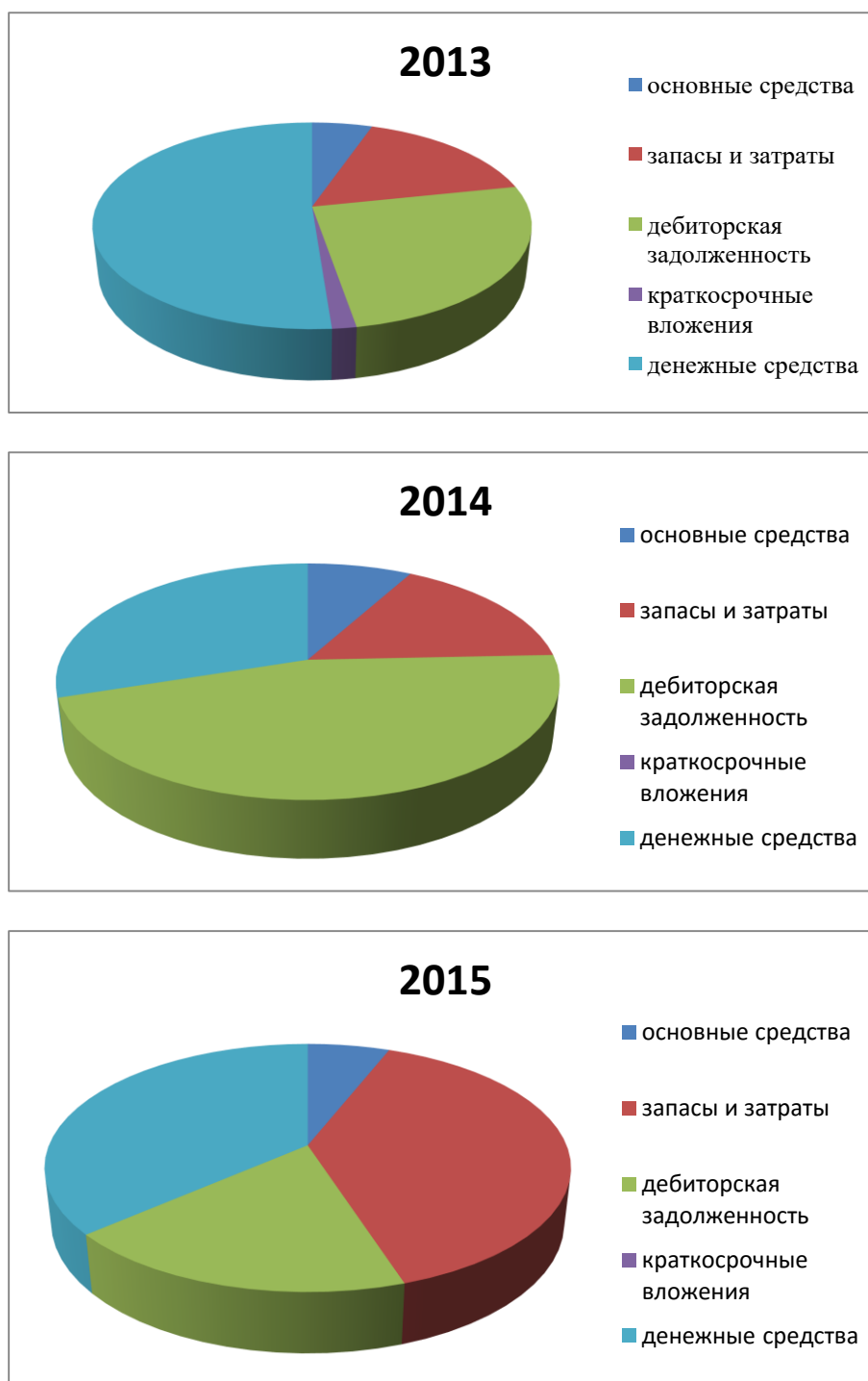


Рисунок 4 – Источники формирования имущества предприятия

2.2 Потребность предприятия в привлечении инвестиций

Особенности развития современной экономики вынуждают бизнесменов и предпринимателей в процессе их деятельности задумываться над вопросом поиска и привлечения в их бизнес дополнительных инвестиционных средств. Такая потребность возникает не только у новичков в сфере бизнеса, но и у довольно опытных предпринимателей и крупных фирм.

Потребность в поиске и привлечении инвестиций, в ряде случаев является крайне необходимой мерой для поддержания или дальнейшего развития бизнеса, возникающей на определённом этапе даже у зрелой и солидной фирмы. Так, необходимость эта может быть связана с расширением сферы деятельности или попыткой для неё выхода на другие рынки. Чаще всего в инвестировании нуждаются государственные предприятия. Так, например, любой научно-исследовательский институт, разрабатывая новые научные проекты, нуждается в инвесторах из-за недостаточного финансирования проекта государством.

Поиск и привлечение инвестора – это наиболее важная и достаточно трудная задача для любой, компании, организации или предприятия. Борьба за инвестора между ними ведётся достаточно жёсткая. В поиске и привлечении инвесторов, как и в поиске рынков сбыта продукции, поведением компании руководят законы конкуренции, а также стремление получить в будущем прибыль. Поведение инвесторов несколько отличается. Перед тем, как определиться с вложением собственных средств в какую-либо компанию, инвестор руководствуется рядом факторов субъективных, а также и объективных свойств.

К субъективным факторам относятся межличностные отношения обеих сторон, основанные на религиозной, политической, идеологической и другой основе или просто на личных предпочтениях. В перечне объективных факторов, наиболее важным для потенциального инвестора является возможность доступа к денежным потокам компании, в которую он планирует

инвестировать средства. Помимо этого, инвестор желает лично осуществлять контроль над инвестированными им средствами. Чтобы привлечь или заинтересовать инвестора, компания должна предложить ему соответствующее предложение, способное заинтересовать его.

В первую очередь его следует убедить в рентабельности и прибыльности предприятия, при условии дополнительного финансирования им проекта. Немалую важность имеет возможность срочного отзыва инвестиционных средств из проекта по требованию инвестора. Этот вопрос требует обязательного документирования с фиксацией всех условий, оговоренных обеими сторонами. Само инвестиционное предложение представляет собой пакет документов, состоящий иногда из десятков страниц. Подготовка такого пакета требует от предпринимателя отличных знаний специфики собственного бизнеса.

На сегодняшний день существует достаточное количество способов инвестирования средств. Каждый, отдельно взятый способ, обладает рядом особенностей, часто применим только к конкретной сфере бизнеса. Но основная задача инвестиций сводится к дополнительному вливанию финансов в новые бизнес проекты. Например, инвестирование может проводиться в рамках долгового финансирования и рассматриваться, как один из способов кредитования. В другом случае инвестиции вкладываются в уставной капитал – в данной ситуации инвестор автоматически становится акционером этого предприятия или компании.

Помимо этих способов для инвесторов существует немало других вариантов выгодного вложения личных средств. Это могут быть разного рода комбинации с конвертируемыми облигациями или банковскими кредитами и прочие. Как правило, банковский кредит компания может взять без проблем под залог, в качестве которого банк принимает акции этой компании. Обращение в банк – наиболее простой способ поиска дополнительного финансирования, вопрос его целесообразности обусловлен конкретной ситуацией.

Облигационные займы и долгосрочное кредитование это наиболее популярные способы долгового финансирования на территории РФ.

Правда, они также имеют недостатки:

- долгосрочное кредитование доступно не всем предпринимателям, банки не желают принимать на себе риски начинающих и молодых предпринимателей;
- инвестирование в качестве облигационного займа несколько затрудняет слаборазвитая инфраструктура сегодняшнего рынка ценных бумаг;
- возможность поиска и привлечения средств со стороны внешних рынков вполне реальна, но не является популярной, поскольку компания вынуждена будет провести реорганизацию своей структуры.

Кроме того, в поиске и привлечении надёжного инвестора ей придётся предоставить полную информацию о своей деятельности. На фоне нынешней конкуренции такая мера не является достаточно привлекательной.

В этой связи, долгосрочное кредитование для российских предпринимателей является наиболее надёжным и быстрым способом дополнительного финансирования.

Реализация инвестиционного процесса, как связанные с поиском решений в области выявления потенциальных источников финансирования инвестиций, методы мобилизации, эффективного использования. На уровне внутренних источников инвестиций предприятия являются: доход, амортизация, владельцы инвестиций предприятия; внешнее - государственное финансирование, инвестиционные кредиты, средства, привлеченные за счет размещения собственных ценных бумаг [29].

Одной из наиболее важных форм финансовой поддержки инвестиционных фирм (компаний) является самофинансирование. Оно основано на использовании собственных финансовых ресурсов, в первую очередь на прибыли и амортизации.

Показатели финансового состояния ООО Фирма «Крепеж - деталь» дает представление о недостатках в управлении организацией. На основе этих показателей являются следующие проблемные моменты в организации финансов на предприятии [29]:

- нестабильность потока денежных средств;
- недостаток собственных оборотных средств;
- низкая оборачиваемость оборотных средств.

Все эти проблемы оказывают негативное влияние на формирование собственных источников средств, необходимых для инвестирования в дальнейшее развитие компании. Кроме того, эти факторы отрицательно влияют на модернизацию существующих производственных фондов, что проявляется в их низком обновлении и в большом, продолжает увеличиваться, износе основных фондов [29].

С точки зрения финансовых показателей компании ООО «Крепеж – деталь» необходимо не только модернизировать устаревшие установки и оборудование, но и в перестройке организационной структуры для повышения эффективности управления.

Тем не менее, значительные инвестиции необходимы для модернизации компании. А при современном финансовом состоянии ООО Фирма «Крепёж - деталь» не может обеспечить дальнейшее развитие только за счет собственных средств. Кроме того, финансовое состояние показывает, что часть деятельности предприятия финансируется за счет долгосрочных обязательств, и даже небольшая задержка в поставках, цикл продаж и задержки оплаты покупателем товаров может привести к задержке в текущих платежах.

Поэтому в современных условиях в развитии своей инвестиционной стратегии, ООО Фирма «Крепеж – деталь» следует рассматривать в дополнение к своим собственным источникам финансирования привлеченные и заемные.

К привлеченным включают средства, предоставляемые на постоянной основе, по которым может быть выплата средств владельцам доходов (в виде дивидендов, процентов), и что вряд ли может вернуться к владельцам. Среди

них: доходы от выпуска акций, дополнительных вкладов (акций) в уставном капитале, а также целевое государственное финансирование на безвозмездной или долевой основе.

Заемные относятся к финансовым ресурсам, полученным в качестве кредита на определенный срок и должен быть возвращен на выплату процентов. Заемные средства включают в себя денежные средства, полученные от выпуска облигаций и других долговых обязательств, а также кредитов от банков, других финансовых институтов и государства. Мобилизация привлеченных и заемных средств различными способами, основными из которых являются: привлечение капитала через фондовый рынок, рынок кредитных ресурсов, государственное финансирование [29].

2.3 Посткризисные стратегии: нестандартные предпринимательские решения

Сегодня основным фактором создания длительного конкурентного преимущества и роста инвестиционной привлекательности компании становятся оптимальные стратегии управления бизнесом. Эффективное управление - это такой же ресурс, как деньги или материальные ценности.

Конкурентоспособность оказывается решающим фактором безопасности компании, т.е. ее выживания в «суровых условиях реальности» и ее последующего эффективного развития.

Высокая конкурентоспособность компании является гарантией высоких доходов в рыночных условиях. Эта компания стремится достичь уровня конкурентоспособности, который помог бы ей выжить на достаточно длительный срок временного интервала.

Заинтересованность предприятия в своей деятельности усиливает необходимость повышения конкурентоспособности продукции, продаваемой, что требует совершенствования всех служб и подразделений коммерческой организации. В связи с этим в современной экономике главным направлением финансово-экономической и производственной и маркетинговой стратегии

каждой компании становится повышение конкурентоспособности, чтобы укрепить свои позиции на рынке, чтобы получить максимальную прибыль.

В современных условиях происходит усиление конкуренции в России, так что руководители фирм находятся в постоянном поиске новых инструментов для управления бизнесом и рычагов повышения конкурентоспособности.

В посткризисный период небольшие и средние компании будут расти за счет уникального предложения (например, ООО Фирма «Крепёж - деталь» расширила ассортимент, стала специализироваться не только на крепежных изделиях, но так же предложила своим покупателям широкий ассортимент инструмента). Поиск и представление своей уникальности – является основной стратегической бизнес-задачей в ближайшем будущем.

Для того чтобы сохранить свои конкурентные преимущества на длительный период фирмам необходимо отказаться вставать в одну колею с транс националами, то есть заниматься массовыми продажами стандартного товара. Необходимо предложить уникальный товар (услугу), причем не, только по меркам локального рынка.

Конкурентоспособность предприятия в пост кризисный период

Конкурентоспособность - это относительное понятие, так как успешно конкурировать на некоторых рынках товар будет совершенно неконкурентоспособным на других. Это создает необходимость разграничения конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. Конкурентоспособность предприятия можно охарактеризовать как его преимущество по сравнению с другими компаниями отрасли в стране и за рубежом [30].

В настоящее время, для того чтобы фирма была конкурентоспособной в борьбе с ведущими фирмами, требуются совершенно новые подходы к организации производства, продажи и управления, чем те, на которые руководители ориентировались в прошлом.

Несмотря на большое количество факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, все же основным и определяющим из них является его способность продавать конкурентоспособную продукцию и создать условия для его выхода на рынок.

На сегодняшний день задача повышения конкурентоспособности компаний, продающих продукции особенно актуально в связи с тем, что негативные последствия кризиса в значительной степени ослабило их позиции на внутреннем и внешнем рынках. Неудовлетворительное состояние основных средств и высокой стоимости не позволяют многим предприятиям положительно решить эту проблему [30].

В этой ситуации для успешного конкурентного бизнеса необходимо не только изучить внутренние и внешние рынки и для проведения исследований рынка, а также определить возможности, слабые и уязвимые места конкурентов, но и обеспечить управляющее воздействие на их конкурентоспособности и определить ее основные направления.

Кроме того, рыночная экономика компании, поставки продукции (услуг) не может быть долгое время удерживать стабильное положение, основывая свою стратегию только на показатели конкурентоспособности товаров, без учета других уровней качества и расходов, связанных с созданием и внедрение продукта.

Эффективность функционирования предприятия в рыночных условиях предполагает активный поиск и развитие каждого из них свою собственную стратегию для повышения их конкурентоспособности. Эта конкурентная стратегия задает направление компании при определении типа конкурентного преимущества и формирования ресурсного потенциала его реализации. Конкурентные преимущества, что конкретный рынок бизнес-структур, являются существенными факторами конкуренции на рынке. Конкурентные преимущества определяются набором характеристик и свойств товаров, которые создают для предприятий определенного преимущества над своими прямыми конкурентами. Это количественное

определение уровня конкурентоспособности предприятия позволяет ему целенаправленно генерировать и распространять ее ресурсный потенциал и тем самым обеспечить его конкурентоспособность [30].

Конкурентоспособность предприятий зависит от различных факторов, в том числе такие, как:

- конкурентоспособность продукции компании;
- вид продаваемой продукции;
- ёмкость рынка (количество ежегодных продаж);
- лёгкость доступа на рынок;
- однородность рынка;
- конкурентные позиции компании, уже работающих на данном рынке;
- конкурентоспособность отрасли.

Анализ конкурентных позиций предприятия на рынке предполагает выяснение его сильных и слабых сторон, а также те факторы, которые в той или иной степени влияют на отношение потребителей к компании и, как следствие, изменение ее доли продаж на определенном товарном рынке.

К основным факторам конкурентоспособности предприятия можно отнести следующие:

- экономический потенциал и показатели (активы, основные средства, собственный и заемный капитал, объем продаж, доля на рынке, прибыль);
- уровень управления (формы организации и опыт работы элементов хозяйственного механизма (с точки зрения инноваций и ответственности));
- потенциал продаж, указывая на возможность компании, чтобы продать определенный продукт в необходимом количестве в нужное время (наличие источника питания, объем и направление инвестиций, определение промышленной политики и т.д.);

- финансовое положение (платежеспособность, кредитоспособность и условия кредитования, структура капитала - отношение собственного капитала к общей сумме активов и т.д.);
- репутация фирмы, ее рыночная стратегия, инновации;
- статус и квалификация трудовых ресурсов.

Сегодня в жесткой конкуренции уже не достаточно использовать только часто используемые инструменты финансового анализа, приоритетной задачей является необходимость думать и действовать активно и регулярно проводит стратегический (качественный) анализ внешней и внутренней среды предприятия, которая сосредоточена на двух группах факторов, во-первых, условия в промышленности и конкуренции; во-вторых, конкурентоспособности, рыночные позиции, сильные и слабые стороны компании.

Есть три основных стратегических подхода к управлению конкуренции:

- желание иметь самые низкие издержки производства в промышленности (стратегия ведущей роли в области издержек производства);
- найти способы дифференциации продуктов, продаваемых продуктов конкурентов (стратегия дифференциации);
- сосредоточив внимание на узкой части, а не на весь рынок (стратегия фокусировки или ниши).

Рассмотрим эти стратегии более подробно.

Низкие затраты на приобретение продукции как форма конкурентного преимущества.

Расходы никогда не должны определять цену, но они играют решающую роль в формировании ценовой стратегии. Фирмы, которые эффективно устанавливает цену, решить, что продавать и кому продавать его, сравнивая цены, они могут назначить, с издержками, которые они могут понести. Таким образом, получается, что издержки влияют на назначение цен.

Таким образом, изменения в стоимости заставляют компании менять цены, а не потому, что он изменяет количество оплаченного товара, а потому, что он изменяет количество товаров, которые компания может предложить выгодой, и покупателей, которых она может с выгодой обслужить. Контроль затрат - это неотъемлемая черта управления любой успешной действующей компании.

Есть три различных способа, в которых компания может сократить свои затраты на единицу продукции за счет эффективной организации своих внутренних операций: экономия за счет ассортимента, масштаба и опыта. В дополнение к эффективности внутренних издержек компания может также снизить издержки за счет правильного подбора и управления внешних контактов с клиентами и поставщиками.

Дифференциация продукции как способ получить конкурентное преимущество.

Дифференциация - способность компании обеспечить уникальной и стоить дороже в виде нового качества продукции, особых потребительских свойств или обслуживания после продажи. Дифференциация стратегии уместно в тех случаях, когда потребности и вкусы клиентов слишком отличается от покупателя к покупателю и, следовательно, не могут быть удовлетворены, предлагая стандартные продукты.

Успешно проведенная дифференциация позволяет компании:

- устанавливать премиальную наценку на свою продукцию;
- продавать больший объем производства (так как привлечь дополнительное количество клиентов);
- сделать бренд торговой компании более популярным среди покупателей (так как число покупателей сильно привязывается к дифференцирующим признакам).

Дифференцирование действует как амортизатор стратегии конкурирующих фирм, потому что покупатели связаны с брендом или

моделями и готовы платить немного больше (иногда намного больше!) за любимую продукцию. Кроме того, успех дифференциации:

- это создает барьеры для выхода на рынок в форме присоединения клиента к уникальному характеру реализованной продукции, что новичкам очень трудно преодолеть;
- ослабляет покупательную способность крупных клиентов, как продукты альтернативных продавцов менее привлекательных для них;
- ставит компанию в более выгодном положении при отражении атак со стороны производителей товаров-заменителей, так как клиенты предпочитают марку компании.

Наибольший эффект может быть дифференцированный, основанный на:

- технологическом превосходстве;
- высоком качестве продукции;
- предоставлять потребителям с большим набором сопутствующих услуг;
- предоставить потребителям большее «значение» по той же цене.

Возможные стратегии приложений ниши, чтобы получить конкурентное преимущество.

Компания-продавец концентрируется на одном из нескольких сегментов рынка, разработке маркетинговых подходов и закупки товаров на основе удовлетворенности потребителей этих групп покупателей.

Согласно этой стратегии товаров в наибольшей степени отвечают потребностям соответствующей группы потребителей. Компания подробно рассматривает рынок, чтобы определить лучшие сегменты своей деятельности и анализирует сегменты по экономическим, коммерческим и социальным характеристикам. Для каждого сегмента рынка фирма строит отдельную маркетинговую программу, хотя это связано с построением долгосрочных стратегических целей и увеличение расходов.

Концентрированная маркетинговая стратегия весьма привлекательна для компаний с ограниченными ресурсами, малого бизнеса, когда вместо того, чтобы сосредоточиться на небольшой доле большого рынка фирма предпочитает сконцентрировать свои усилия на высокой доле одного или нескольких сегментов рынка. Фирма обеспечивает прочную рыночную позицию в выбранных сегментах, поскольку она имеет подробную информацию о требованиях этих сегментов, знает, в частности, потребительский спрос, и пользуется хорошей репутацией. Ей удастся добиться определенной экономии во многих сферах своей деятельности по узкой специализации и направленности своей работы.

Находясь в конкурентной среде, компании прибегают к различным разным форм и методов конкуренции, зачастую далеко за рамки традиционного конкурентного продукта. Тем не менее, важность и роль конкуренции в общих товаров конкурентные фирмы не снижаются. Кроме того, это конкуренция продукт, в конечном счете, имеет решающее значение для долгосрочного выживания компании. Обратимся к конкретным примерам.

Ранее считалось, что супер корпорация «General Motors» не может быть свергнута любыми силами, за исключением того, что только силой государства. Считалось, что «General Motors» настолько сильна, что она не боится какой-либо конкуренции. Экономическая мощь компании позволили ей устанавливать цены на автомобили, дизельные двигатели, грузовые автомобили, холодильники и других своих товаров и быть уверенным, что ни один покупатель не способен изменить что-либо, отказавшись от ее услуг. А теперь, «General Motors» на грани катастрофы. И правительство США пытается спасти его от полного краха. Основной причиной этого является то, что метаморфоза продукция компании уступила конкурентоспособной продукции японских автомобильных фирм.

Основой любой организации и ее народа являются главным богатством. Продвижение бизнеса на новые рынки и новые регионы часто бывают вызваны этим фактором. Качество рабочей силы непосредственно

влияет на конкурентные возможности компании и является одним из наиболее важных направлений создания конкурентных преимуществ. Хорошая организация стремится максимально повысить эффективность своих сотрудников, создавая условия для наиболее полной отдачи сотрудников на работе и интенсивного развития их потенциала.

Нестандартные предпринимательские решения как фактор повышения конкурентоспособности предприятия

Поиск и представление своей уникальности – это основная стратегическая бизнес-задача в ближайшем будущем.

Пришло время говорить не только о перспективах, и нет никакой альтернативы этой парадигмы бизнеса - назвать это создание уникального товара, или, в более широком смысле, уникальное предложение. Это, во-первых, чтобы помочь решить хронический недостаток в ресурсах для развития компаний, поскольку он снижает затраты на продвижение. Во-вторых, это достаточно для фундаментальных изменений в характере потребительского спроса. Все большее значение для потребителя приобретает функциональность бренда, а не так называемую эмоциональную составляющую, индуцированный с помощью маркетинга. Спрос становится фрагментированной, и ответ на него может быть одним из способов - путем продажи товаров, которые могут проявить себя как можно больше в большем количестве фрагментов. Этот продукт не может быть легким - значит, с ним должно сопровождаться творческий импульс и широкий спектр знаний [31].

Другая стратегия, связанная с уникальностью предложения является расширение диапазона - очевидный способ создать уникальное предложение. Но не в обычном смысле этого слова, а именно, как индивидуальный подход к клиенту буквально (например, поставка отдельных видов товаров, нет на складе компании, на заказ, при условии, что цена не превышает цены конкурентов).

Благодаря современным технологиям нового производства начали смотреть и на проблему повышения качества. Уникальное качество - плод не

столько технической модернизации в качестве уникального способа производства, который устойчив к копированию в принципе.

Среди возможностей создания уникального предложения занимает особое место дистрибуция.

Для большинства предприятий дистрибуция подчинено по отношению к продукции, но это не отменяет необходимости иметь особую компетенцию в этой области.

Если дистрибуция и производство - это основы бизнес-компетенции, овладение другими уникальными навыками и активно предлагать их на рынке в виде добавленной стоимости зависит от стратегии той или иной компании. Хотя здесь тоже есть тенденции.

Одним из них было улучшение внутренней логистики. Среди компетенций, востребованных на рынке, которые могут присутствовать, - сокращение срока исполнения заказа. Это изначально обыгрывало конкурентов.

Таким образом, мы имеем дело с еще одним уникальным мастерством - чтобы найти то, что называется решением для своих клиентов. Последнее не всегда в состоянии четко сформулировать, чего они ожидают от поставщика, или не понимают, что он может помочь им. В этом случае инициатива должна исходить от продавца [31].

В конечном счете, уникальная стратегия компании должна доказать, что потребитель должен покупать товары в их компании.

Местным компаниям не следует ожидать в ближайшем будущем возвращения потребительского бума начала 2000-х годов. Чтобы расти, им нужно продать, или дешевый или уникальный по качеству товаров [32].

Кризис продемонстрировал исчерпание доминирующей модели жизни - сплошной структуры потребления.

Приближается ли конец эпохи потребления? Какая модель должна прийти на смену? Эти вопросы актуальны сегодня во многих странах - кризис продемонстрировал исчерпание доминирующей модели жизни - непрерывных моделей потребления. В настоящее время не существует каких-либо серьезных

предпосылок, но это первое чувство, что вскоре жизнь начнет меняться. Конечно же, в первую очередь, речь идет о развитых странах. Однако, возможно, и изменения будут влиять на нашу страну, хотя у нас есть общество потребителей на западную модель стала развиваться лишь в последнее время, менее чем десять лет назад, и в основном в довольно крупных городах России [32].

До кризиса России потребительский рынок был одним из самых динамично развивающихся в мире. Покупатели регулярно приобретали новые товары, совершали эмоциональные покупки, брали кредиты, гонялись за брендами.

Кризис обуздал эту гонку. Продажи во всех сегментах потребительского рынка упали на десятки процентов, а восстановление происходит очень медленно. По мнению участников рынка, в условиях кризиса потребитель резко изменился: теперь он тратит меньше, готов платить только адекватным с точки зрения цены и качества товаров, покупки становятся гораздо более рациональным и продуманным, более популярным оказался дешевый ассортимент. Многие склонны думать, что это время перемен: кризис закончится, и ажиотаж на рынке возникнет снова [32].

Вряд ли можно ожидать возвращения докризисной ситуации, по крайней мере в ближайшие годы. Потребители наиболее платежеспособные уже «насытились» и не находя неограниченное потребление большого счастья, они начали менять свой мир: структура их расходов постепенно смещается в сторону нематериальных активов - путешествия, хобби, образование и так далее [32].

Конечно, было бы преждевременно говорить о том, что потребление перестает быть жизненно важным приоритетом в нашей стране. Но главная проблема в том, что никто еще не знает, что эта модель может заменить жизнь общества потребления - на Западе уже не первый год ищут ответ на этот вопрос. Сегодня некоторые эксперты говорят, что люди должны прийти к ограничению потребления, чтобы спасти себя и окружающую среду. Другие

считают, что есть движение в сторону использования информации и культурных ценностей [32].

Мы пока еще не сформировали следующие тенденции потребления посткризисного: спрос на более дешевый диапазон, преобладание рационального над эмоциональными покупками, внимание к соотношению цены товаров и качества, снижая важность брендов - приоритет с учетом функциональности и свойств товаров.

В этой ситуации, компании имеют два варианта: либо предложить более дешевый ассортимент, предназначенный для значительной части населения, которая заботится только об удовлетворении основных потребностей, или работать над созданием уникального качества продукции, цена которого в глазах потребителя будет выглядеть оправданным. В основном отечественные компании решают проблему стимулирования спроса за счет снижения цен, используя в производстве более дешевых материалов и комплектующих изделий. Например, производители крепежной продукции в прошлом году предложили рынку ряд более дешевого крепежа, заменив класс прочности металла, тем самым снижая качество металла и цена, соответственно. Аналогичная ситуация и на рынке дюбелей (использовать более дешевый пластик). «При нынешних условиях высоких цен на сырье у переработчиков соблазн использовать дешевое сырье (металлы, пластмассы и т.д.). В то время, когда уровень доходов населения остается на низком уровне, потребители уверены ориентироваться больше на цену, чем на качество [32].

Ставка на дешевом диапазоне позволило многим компаниям сохранить и даже увеличить продажи в последние годы. Так что, скорее всего, из кризиса автомобильной промышленности, где многие производители в краткосрочной перспективе может предложить клиентам более дешевые модели, которые, в сочетании с развитием кредитования привело к резкому увеличению продаж. Есть и другие примеры. Например, сеть недорогих крепежных изделий «Омах» поглотила несколько региональных сетей и благодаря дешевому ассортименту стала крупнейшим розничным оператором на рынке крепежных изделий.

Стали предлагать дешевый продукт и строительные компании: в течение последних нескольких лет на рынке стремительно стало расти предложение компактного жилья, построенного из экономичных материалов. Жилье по стоимости единицы для клиента снижается, застройщик, с точки зрения общего метража приобретенное имущество сохраняет свою рентабельность.

Понятно, однако, что до бесконечности, чтобы сократить издержки, используя более дешевое сырье и компоненты, это невозможно.

Альтернативная стратегия для наших компаний может быть создание качественного целевого продукта, тот, который не может остаться невостребованным, даже в условиях устойчивого потребления.

Подводя итог, отметим, что функционирование предприятий в рыночных условиях происходит в виде постоянной конкуренции, непрерывного соперничества.

Конкурентоспособность предприятий зависит от нескольких факторов. Каждый из этих факторов имеет право на существование, и их использование будет зависеть от целей исследования и на принципе, который заложен в ее фундамент.

Можно сделать вывод о том, что отечественные компании, чтобы реализовать идею создания уникальной качественной продукции по доступным ценам очень трудно сегодня из-за растущих затрат. Тем не менее, интеллектуальный потенциал позволит предприятиям реализовать уникальность стратегии, управления изменениями и подходами для достижения нового уровня развития.

Таким образом, для достижения конкурентных преимуществ на рынке во многом определяется конкурентоспособность организации, характер которых обусловлено главным образом наличием множества определяющих его внутренних и внешних факторов. Очевидно, что чем шире спектр конкурентных преимуществ организации, тем более благоприятные условия, то для успеха на рынке или конкретных сегментов рынка.

2.4 Разработка антикризисной стратегии на примере ООО Фирма «Крепёж - деталь»

На основе финансовых показателей, компания ООО Фирма «Крепёж – деталь» находится в комплексе, финансовом положении кризиса и нуждается в срочных комплексных мерах по восстановлению платежеспособности и ликвидности.

По характеру этой деятельности в отношении фирма ООО «Крепёж – деталь» два наиболее распространенных вида тактики могут быть идентифицированы, что позволяет преодолеть кризисную ситуацию. Первые используемые тактические программы, называются оборонительными, поскольку они основаны на проведении мер экономии, которые основаны на сокращении затрат, связанных с производством и реализацией, техническое обслуживание основных средств и персонала, что приводит к сокращению общего объема производства. Такая стратегия должна применяться при очень неблагоприятном сочетании внешних обстоятельств для предприятия.

Наиболее эффективна наступательная тактика, которая характеризуется использованием не только работой как стратегической деятельностью. В этом случае, наряду с экономными, ресурсосберегающими мероприятиями осуществляется активный маркетинг, исследование и завоевание новых рынков, политика высоких цен, увеличение расходов на улучшение производства за счет его модернизации, обновления основных фондов, внедрение передовых технологий.

В то же время изменения или укрепление руководства компании, провели всесторонний анализ и оценку ситуации и, при необходимости, корректируется философия, основные принципы работы компании, т.е. изменяется стратегия. В соответствии с новой стратегией, ООО Фирма «Крепёж – деталь» пересмотренной производственной программой, маркетинговая концепция все больше направлена на укрепление позиций компании в существующих и завоевание новых сегментов рынка, обновленный ассортимент продаваемой продукции. Все это находит свое отражение в

концепции, разработанной финансовой, производственной и кадровой восстановлении и в соответствии со своими развитыми программами финансовые, маркетинговые, технические и инвестиционные, которые позволяют найти путь к финансовому благополучию предприятия.

Несмотря на то, что основные показатели платежеспособности фирма ООО «Крепеж – деталь» не отвечает стандартам, они замедляют темпы снижения. Это может свидетельствовать о наличии внутреннего потенциала роста. В этом случае компания целесообразно применяет наступательную тактику для максимального использования имеющихся ресурсов и резервов. Конечно, это потребует значительных финансовых затрат, что невозможно без привлечения инвестиций. Чтобы помочь в этом поможет бизнес-план.

Первая проблема, которую необходимо решить с помощью бизнес-плана, управление не требуется, и весь персонал компании. Остается доказать правильность выбора целей, связанных с производством и реализацией продукции, или изменений в этом производстве, что позволит предприятию не только выйти из кризиса, но и достичь стабильного места в рынке и экономически эффективной работы предприятия.

Вторая проблема, которую необходимо решить с помощью бизнес-плана - убедить инвестора принять участие в финансировании предлагаемого проекта выхода из кризиса. Это для иностранного инвестора, но они могут быть коммерческим банком, государством, любое физическое или юридическое лицо, а также бизнес-планы в случае, когда компания находится в состоянии банкротства.

Одной из важных задач по выводу предприятия из кризиса - выбор оптимальной организационной структуры, которая будет наилучшим образом отвечать целям и задачам компании, а также действующим на его внутренние и внешние факторы в текущих и ожидаемых условиях предприятия.

Тем не менее, одной оптимальной для всех ситуаций, организационной структуры не существует, относительная эффективность конкретного типа

организационной структуры определяется различными внешними и внутренними факторами.

Особенности и условия выхода предприятия из кризиса, а также стабильного эффективного развития в будущем, в значительной степени зависят также от наличия условий для организации разработки и внедрения инноваций на предприятии.

Среди оперативных, тактических мер являются следующие.

Важно отметить, что именно из-за значительной доли кредиторской задолженности в структуре источников средств Фирма «Крепеж – деталь» показатели ликвидности ниже допустимого значения, которое определяет несостоятельность компании. Среди различных способов восстановления нормального баланса структуры возможность реструктуризации долга должны быть сделаны обязательные платежи в бюджет.

Эта процедура регулируется соответствующим постановлением Правительства. В соответствии с порядком процедуры реструктуризации является добровольным делом должника с угрозой принятия мер, предусмотренных законодательством о банкротстве. Это позволит очистить баланс долга и постепенное погашение задолженности перед бюджетом и внебюджетными фондами в течение 6 лет.

Среди прочих оперативных мероприятий следует отметить ценовую политику компании. На данный момент значительный эффект может принести так называемую демпинговую политику, направленную на вытеснение конкурентов. Конечно, такая тактика, компания не может использовать в течение длительного времени, потому что это связано со значительными затратами. Тем не менее, расширение рынка, захватив высвобождающиеся ниши увеличить продукты покупки программы, скачать магазин и выйти на полную мощность. Максимальное использование имеющихся ресурсов, обеспечит необходимые сбережения в будущем поддерживать издержки производства на низком уровне, что позволит сгладить неизбежное обратное повышение цен.

Повышение рентабельности может быть достигнуто за счет снижения затрат, повышение цен на продукты, продаваемые, а также превышение темпов роста объема продаж над затратами на рост.

Затраты могут быть уменьшены за счет:

- продажи более дешевых товаров
- сокращения условно - постоянных затрат
- сокращения материалов
- товарно-материальных запасов
- ускорения выплаты дебиторской задолженности
- выявления и устранения неиспользуемых основных средств
- использования средств, полученных в результате вышеуказанных действий по погашению задолженностей, погашению своих акций, или инвестировать в других, более прибыльных видах деятельности.

Более высокими ценами на продукцию также может служить средством увеличения рентабельности активов. Тем не менее, в условиях рыночной экономики это достаточно сложная задача.

Увеличение скорости оборота активов может быть достигнуто за счет увеличения объема реализации активов при сохранении постоянного уровня, или с уменьшением активов.

Финансовая зависимость указывает на то, что компания не сильно зависит от иностранных кредитов.

Для принятия финансовых решений необходимо отметить, что финансовые показатели зависят от учетной политики компании. Факторы, выбранные в качестве базы сравнения, могут не быть оптимальными. Для оптимального управления предприятием требует хорошего управления оборотных средств, запасов, дебиторской задолженности, денежных средств и краткосрочных обязательств. Это принесет компании достаточное количество ликвидных средств и сделает его платежеспособным.

После того, как руководство будет рассматривать стратегические альтернативы, это относится к конкретной стратегии. Цель состоит в том,

чтобы выбрать стратегические альтернативы, которые максимизируют долгосрочную эффективность организации. Для того чтобы сделать эффективный стратегический выбор, руководители должны иметь четкую, разделяющую концепцию всей компании и ее будущего. Стратегический выбор должен быть определенным и однозначным.

Стратегия выбора тесно связана с оценкой альтернативных стратегий. Менеджеры с большим опытом работы в области стратегического планирования, как правило, осуществляется путем парного сравнения стратегий, каждая альтернатива получила справедливую оценку, прежде чем принять окончательное решение.

Разработка и реализация стратегии компании, которая будет лучше соответствовать быстро меняющейся внешней среды, стала чрезвычайно важной частью деятельности руководства большинства компаний.

В связи с этим, возросла роль стратегического анализа в качестве инструмента дающего базу для принятия стратегических решений. Появление новых методов анализа является важным источником повышения конкурентоспособности компании, помогая ей разработать четкие рамки неопределенности основных направлений деятельности.

Стратегический анализ требует понимания руководства, на какой стадии развития находится компания, прежде чем решить, куда идти дальше. Это требует эффективной информационной системы, которая предоставляет данные для анализа прошлых, настоящих и будущих ситуаций.

Хорошая диагностика производительности сильных и слабых сторон компании дает реальную оценку его ресурсов и возможностей, а также отправной точкой для разработки стратегии.

Из-за несовершенства законодательства и рыночной непредсказуемости к выбору стратегии следует подходить очень осторожно.

Высшее руководство компании в текущих рыночных условиях должны участвовать в разработке стратегических решений аналитиков, в противном случае, без тщательно проведенного стратегического анализа, такое решение

может носить случайный характер, быть не эффективными и способными в условиях жесткой конкуренции приводить к банкротству.

Фирма должна быть в состоянии оценить свою административную деятельность, если она должна обеспечить контроль над проведением финансовых операций и обеспечивать их перед организационными проблемами.

В результате стратегического анализа, было установлено, что бизнес-портфель ООО Фирма «Крепёж - деталь» формируется на основе диверсификации и связанной с ними состоит из десяти бизнес-единиц:

- Такелажные изделия;
- Перфорированный крепеж;
- Метрический крепеж;
- Слесарный инструмент;
- Шлифовальные машины;
- Ручной электроинструмент;
- Режущий инструмент;
- Крепеж для профилей;
- Крепеж для строительных лесов;
- Мебельный крепеж.

Следует отметить, что компания продает товары, которые находятся на разных стадиях жизненного цикла. Следовательно, продажа одного товара может быть весьма успешным и прибыльным, а другого - принести только убытки. Поэтому необходимо определить, сколько и какие товары на каждом этапе жизненного цикла должно быть обеспечение эффективной работы. Матрица «Boston Consulting Group» может быть использована для решения этой проблемы [33]. В этой матрице есть клетки, в которой указанные товары предприятия, принимая во внимание темпы роста продаж аналогичных товаров конкурентов и относительной доли на рынке отдельных товаров, «Звезда», «Трудные дети», «Дойные коровы» и «Собаки». Темпы роста показателей заложены вертикально и отражают средние темпы роста рынка, на котором

работает каждая бизнес-единицы. Относительная доля рынка строится по горизонтали. Она отражает долю рынка каждого продукта линии относительно его крупнейшего конкурента.

В данной дипломной работе будет использоваться метод, аналогичный классической матрицы Boston Consulting Group, предложенный руководителем консалтингового центра «Эркон» г.Харькова Игорем Рыбальченко [34]. Единицей анализа являются группы товаров, характерных параметров – К – доля группы в объеме продаж и Т – доля группы в темпе изменения объемов продаж.

Причины использования данного метода:

- отсутствие стратегического планирования на предприятии;
- отсутствие достоверной информации о состоянии рынка (объем рынка), так как большая часть информации скрыта;

Для начала мы должны определить удельный вес отдельных групп товаров в общем объеме реализации продукции и темпов изменения объемов отдельных товарных групп продаж в общей скорости изменения объема продаж, что показано в таблице 2.

Таблица 2 – Доля отдельных групп товаров в общем объеме продаж продукции и темпы изменения объемов отдельных товарных групп продаж в общей скорости изменения объема продаж

Товарные группы	Объем продаж, тыс.р.	Удельный вес, %	Темпы изменения объемов реализации в общем объеме, %
Такелажные изделия	6421,14	23,5	110,34
Перфорированный крепеж	2158,6	7,9	89,99
Метрический крепеж	2623,1	9,6	91,74
Слесарный инструмент	6366,49	23,3	113,97
Шлифовальные машины	1694,09	6,2	74,98

Ручной электроинструмент	2131,27	7,8	99,9
Режущий инструмент	2158,6	7,9	89,99
Крепеж для профилей	1256,9	4,6	66,65
Крепеж для строительных лесов	1502,8	5,5	85,7
Мебельный крепеж	1010,9	3,7	122,22
Итого	27324	100	99,99

Для наглядности результатов таблицы 2 на рисунке 5, где мы можем видеть, что в группе «Звезды» были следующие группы продуктов: мебельная фурнитура, небольшие инструменты и такелажных изделий. Эти группы товаров – лидеры – они обеспечивают будущее предприятия и имеют самую большую долю продаж и обеспечить значительную отдачу.

«Дойные коровы» – это метрический крепеж, ручной электроинструмент, режущий инструмент. Это подразделение имеет преданных приверженцев из числа потребителей, и конкурентам их сложно переманить. Поскольку реализация стабильна «Дойная корова» дает больше, чем необходимо для поддержания ее доли на рынке, наличных средств.

В группу «Собаки» попали перфорированный крепеж и крепеж для строительных лесов. Это группы товаров с ограниченным объемом сбыта.

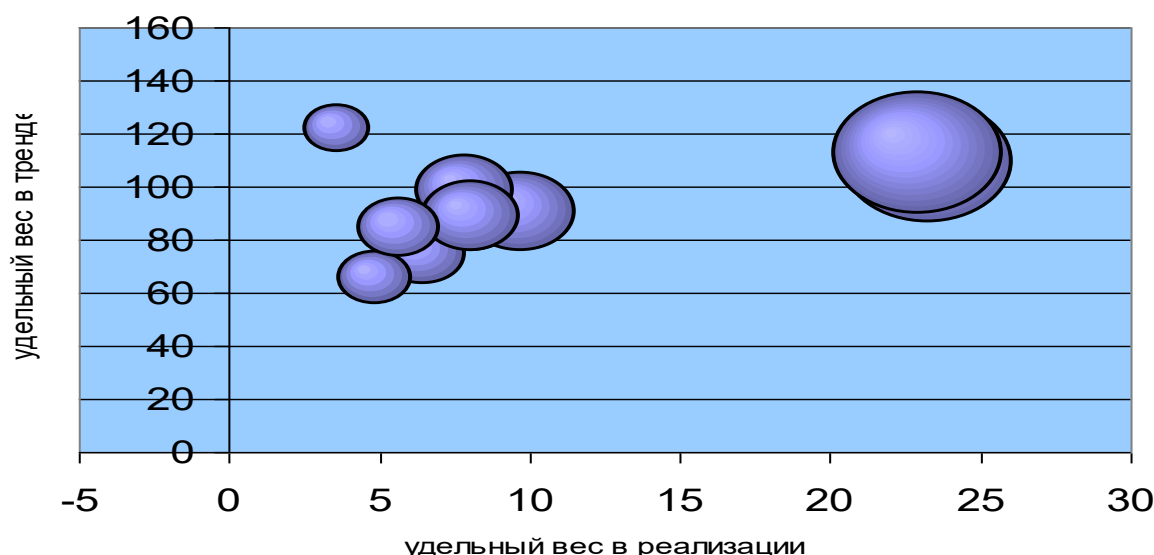


Рисунок 5 – Матрица «доля в товарообороте – доля в росте товарооборота»

«Трудный ребенок» – группа товаров – шлифовальные машины, крепеж для профилей.

Поддержка потребителей незначительна, отличительные преимущества не ясны. Для поддержания или увеличения доли на рынке требует значительных средств, но компания не заинтересована в поддержании данной группе продукции.

В связи с вышеизложенным с точки зрения полученной прибыли будет считаться экономически целесообразным рассмотреть матрицу. Для этого возьмем товарную группу такелажные изделия.

На рисунке 6 показана матрица такелажных изделий, составленная по данным в таблице 3. Очевидно, что группа такелажных изделий находятся на разных стадиях жизненного цикла. «Звезды» – такелажная продукция отечественного производства и мебельной фурнитуры, «Дойные коровы» – метрический крепеж, ручной электроинструмент, режущий инструмент отечественного производства, «Трудные дети» – шлифовальные станки, крепеж для зарубежного производства профилей.

Таблица 3 – Доля в товарообороте такелажных изделий ООО Фирма «Крепёж - деталь» в разрезе групп товаров

Группа	Прибыль от реализации 2015 г., тыс. руб.	Доля в товарообороте, %	Темп роста в общем объеме темпов роста, %
Такелажные изделия отечественного производства	352	25,4	115
Такелажные изделия иностранного производства (дорогое)	54,24	3,9	83
Перфорированный крепеж отечественного производства	218	15,7	101
Шлифовальные машины	82,2	5,9	100
Ручной электроинструмент	452	33,3	108
Мебельный крепеж	4,68	0,4	70
Режущий инструмент	213,2	15,4	98
Крепеж для профилей	2,11	0,1	65
ИТОГО:	1384,39	100	-

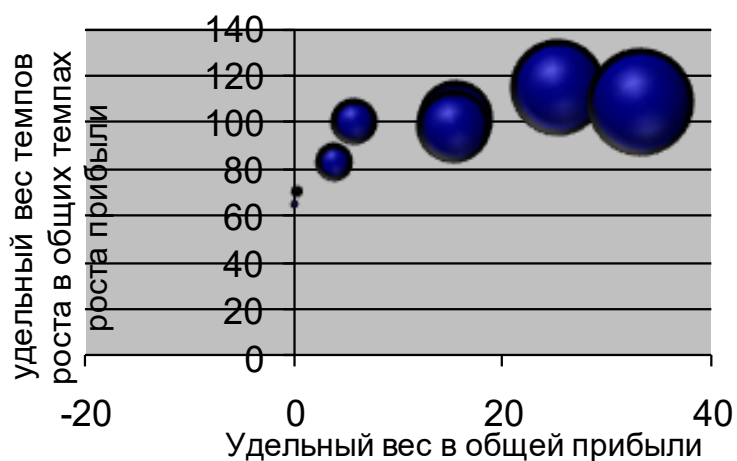


Рисунок 6 – Матрица «Доля прибыли - доля в росте прибыли» в разрезе ассортиментных групп такелажных изделий ООО Фирма «Крепёж - деталь»

Не смотря на небольшие количества продаж, эти товары должны присутствовать в диапазоне магазинов. «Собаки» – перфорированные крепежи и крепежные изделия для строительных лесов. Видимо перфорированный

крепеж – это продукт не нашей компании, так как наш целевой сегмент небольших компаний, которые специализируются на строительстве из такелажных изделий, а перфорированный крепеж товар дополнительный. Шлифовальные станки, вероятно, на стадии упадка своего жизненного цикла, поскольку срок эксплуатации этого инструмента достаточно велик (около 10-12 лет), так и в нашей области несколько компаний, работающих с инструментом этого класса.

Товарная политика компании определяет оптимальное соотношение товаров различных стадий жизненного цикла, в то же время на рынке. Для того, чтобы сохранить свои позиции на рынке за счет реализации стратегии роста компании ООО Фирма «Крепёж - деталь» необходимо проводить политику дифференциации товара. В таблице 4 наглядно показана структура товарооборота, принимая во внимание результаты, полученные с помощью метода, аналогичного классической матрицы Boston Consulting Group.

Таблица 4 – Удельный вес отдельных товарных групп с учетом результатов полученных, при использовании метода наподобие классической матрицы Boston Consulting Group.

Товарные группы	Удельный вес, 2015 г. %	Предлагаемый удельный вес, 2015 г., %	Отклонения, +,-, %
Такелажные изделия	23,5	24,5	+1
Метрический крепеж	7,9	8,3	+0,4
Перфорированный крепеж	9,6	10	+0,4
Слесарный инструмент	23,3	24	+0,7
Шлифовальные машины	6,2	6,2	-
Ручной электроинструмент	7,8	8,5	+0,7
Режущий инструмент	7,9	8,5	+0,6
Крепеж для профилей	4,6	4	-0,4
Крепеж для строительных лесов	5,5	3,5	-2
Мебельный крепеж	3,7	2,5	-1,2
Итого	100	100	-

Необходимо постоянно увеличивать ассортимент за счет товаров, относящихся к группе «Звезды» - это мебельный крепеж, слесарный инструмент и такелажные изделия, «Дойные коровы» - перфорированный крепеж, ручной электроинструмент, режущий инструмент. Также необходимо и сокращать определенные группы товаров, относящихся к группе товаров «Собаки» – метрический крепеж и крепеж для строительных лесов, совсем убирать их из ассортимента не следует, нужно провести анализ внутри каждой группы товаров и выявить товары «Собаки» или товары, находящиеся на стадии спада жизненного цикла.

Анализ с использованием матрицы BCG (Boston Consulting Group) позволяет сделать вывод, что дисбаланс бизнес-портфеля.

Бизнес-единица метрический крепеж и крепеж для строительных лесов при размещении на матрице роста доли попадает в квадрант «Собака». Денежный поток в этом регионе незначителен и высокая конкуренция, особенно из новосибирских фирм. Тем не менее, у компании ООО «Крепеж – деталь» есть возможность полностью загрузить склад, снизить издержки, повысить конкурентоспособность продукции, увеличить долю рынка и перейти в квадрант «Дойная корова».

Бизнес-единица шлифовальный станок при позиционировании на матрице роста доли попадает в квадрант «Трудные дети». После того, как инвестиции в этот бизнесе ООО Компания «Крепеж - деталь» имеет возможность увеличить долю рынка и перейти в «Звезды».

Следующие варианты были рассмотрены альтернативной стратегии выхода из кризиса:

1. Реализована реструктуризация предприятия: она превращается в диверсифицированное производство с двумя основными стратегическими единицами бизнеса (такелаж продукции и перфорированных крепежных изделий). Развитие предприятия происходит без модернизации оборудования для упаковки, а также сумму текущей стоимости денежных потоков – 14760682 рублей.

2. Осуществляется реструктуризация предприятий: она превращается в диверсифицированное производство с двумя основными стратегическими единицами бизнеса (такелаж продукции и перфорированных крепежных изделий). Развитие предприятия является модернизация оборудования для упаковки, а сумма текущей стоимости денежных потоков -14561312 рублей.

3. Осуществляется реструктуризация компании: выделяется отдельное независимое производство (юридическое лицо) для упаковки продуктов, не поднимая модернизации оборудования для упаковки, а сумма текущей стоимости денежных потоков -19119456 рублей.

4. Осуществляется реструктуризация компании: выделяется отдельное независимое производство (юридическое лицо) для упаковки перфорированных крепежных деталей с модернизацией оборудования для упаковки, а сумма текущей стоимости денежных потоков -24958960 рублей.

В таблицах 5, 6 приведены данные расчетов по модели дисконтированных денежных потоков.

Таблица 5 – Сопоставление вариантов

Сумма текущих стоимостей денежных потоков	14 760 682	14 561 312	19 119 456	24 958 960
в т.ч. по годам				
2011	-907 514	-5 057 604	815 940	818 518
2012	-2 211 197	-3 604 008	3 473 387	1 865 144
2013	5 310 831	5 045 769	4 662 813	5 455 535
2014	5 973 529	8 758 416	4 950 522	8 277 038
2015	6 595 033	9 408 739	5 216 794	8 542 726
Текущая остаточная стоимость	80 505 606	111 188 480	63 955 486	104 317 706
Предварительная стоимость	95 266 288	125 749 792	83 074 942	129 276 666
Избыток (дефицит) собственного капитала	6 128 768	-16 129 576	-14 882 921	-14 883 646

Нефункционирующие активы	0	0	0	0
Показатель стоимости собственного капитала	79 137 519	109 620 216	68 192 021	114 393 019

Анализ четырех альтернативных стратегий для будущего развития компании приводит к следующим выводам:

1. Как в варианте с кредитом, так и без него, с точки зрения стоимости собственного капитала является лучшим вариантом 4 - 114393019 рублей, но в этом варианте, темпы роста чистого денежного потока ниже, чем скорость роста денежного потока варианта 2 .

2. Наиболее предпочтительным является вариант 2 «Развитие предприятия с модернизацией производства упаковочного процесса», в связи с увеличением развития в Томской области упаковки такелажных изделий (внешний вид всех видов компаний для установки телекоммуникационных систем и интернет провайдеров). Для его реализации, должно быть основным направлением рекламы сделать на такелажных изделий и перфорированных крепежных деталей. Для того чтобы увеличить продажи, а также рекомендуется открыть сервисный центр.

В пользу этого варианта, о чем свидетельствует тот факт, что темпы роста прибыли после уплаты налогов в этом варианте выше, чем в других.

Таблица 6 – Сопоставление вариантов (вариант с кредитами)

Сумма текущих стоимостей денежных потоков в т.ч. по годам	10 528 342	10 328 972	16 939 830	22 779 334
2012	-2 811 193	-6 961 284	-199 355	-196 778
2012	-4 539 857	-5 932 668	2 309 056	700 814

2013	5 310 831	5 045 769	4 662 813	5 455 535
2014	5 973 529	8 768 416	4 950 522	8 277 038
2015	6 595 033	9 408 739	5 216 794	8 542 726
Текущая остаточная стоимость	80 505 606	111 188 480	63 955 486	104 317 706
Предварительная стоимость	95 266 288	125 749 792	83 074 942	129 276 666
Избыток (дефицит) собственного капитала	-16 128 768	-16 129 576	-14 882 921	-14 883 646
Нефункционирующие активы	0	0	0	0
Показатель стоимости собственного капитала	74 905 179	105 387 876	66 012 395	112 213 393

3. Предполагаемая динамика развития предприятия предусматривает возможность активного исследования рынка, создание эффективной системы продвижения и маркетинга.

4. Реализация любой стратегии требует изменения организационной структуры предприятия, ориентированной на выбранные цели.

5. Предлагаемая структура управления включает в себя новое структурное подразделение отдела стратегического планирования (ОСП) и служба заместителя генерального директора по маркетингу и другие. Эти подразделения должны быть укомплектованы специалистами, имеющими соответствующую квалификацию. Команда будет состоять из:

- менеджера по стратегическому планированию;
- менеджера по маркетингу;
- менеджера по деятельности финансовой;
- менеджера по деятельности экономической.

Кроме того, необходимо заключить договор о предоставлении юридических услуг с юридической фирмой (3 тысячи рублей в месяц), это позволит ООО Фирма «Крепёж - деталь» существенно сэкономить на содержании юридического отдела (45 тысяч рублей в месяц) и в то же время, чтобы получить квалифицированную помощь.

6. Создание эффективного производства, как правило, требует непрерывного обучения управленческих кадров.

Предлагаемые оперативные мероприятия позволят стабилизировать финансовое состояние ООО Фирма «Крепёж - деталь», чтобы улучшить структуру баланса, что сделает компанию более привлекательной для инвесторов. В свою очередь, привлечение иностранных инвестиций позволит реализовать рассмотренную выше наступательную тактику и стратегическую деятельность.

3 Задание для раздела «Социальная ответственность»

Студенту:

Группа	ФИО
3-3Б12	Горн Павел Владимирович

Институт	Институт дистанционного образования	Кафедра	Экономика
Уровень образования	Бакалавр	Направление	Экономика предприятий и организаций

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

- Положения и рекомендации по корпоративной и социальной ответственности используемые в российской практике
- Внутренняя документация предприятия, официальной информации различных источников, включая официальный сайт предприятия, отчеты

1.ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности». Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ISO 20000-2010 «Guidance on social responsibility».

2.Добровольной отчетности. SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда.

3.<http://krepeg-detal.ru/>

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

Анализ факторов внутренней социальной ответственности:

- безопасность труда;
- стабильность заработной платы;
- поддержание социально значимой заработной платы;
- дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников;
- развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;
- оказание помощи работникам в критических ситуациях.

- безопасность труда;
- стабильность заработной платы;
- поддержание социально значимой заработной платы;
- развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации

1. Определение стейкхолдеров организации: - внутренние и внешние стейкхолдеры организации; - краткое описание и анализ деятельности стейкхолдеров организации.	1. Внутренние: сотрудники фирмы, поставщики. 2. Внешние: местное население, организации вблизи фирмы. Фирма находится на окраине города.
2. Определение структуры программы КСО - Наименование предприятия; - Элемент; - Стейкхолдеры; - Сроки реализации мероприятия; - Ожидаемый результат от реализации мероприятия.	2. ООО Фирма «Крепеж - деталь» - Социально-ответственное поведение; - Денежные гранты; - Сотрудники организации; - Помощь и реклама; - Повышение квалификации сотрудников.
3. Определение затрат на программы КСО - расчет бюджета затрат на основании анализа структуры программы КСО	3. Итого = 50400 рублей
4. Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций	4. Все программы КСО полностью охватывают интересы стейкхолдеров. Оценка эффективности: • социально-ответственное поведение - фирма заботится о своих сотрудниках, стимулирующие надбавки дают больше стимула для качественной и творческой работы сотрудников.

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	12.01.2016
--	------------

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Наталья Владимировна	кандидат философских наук		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-3Б12	Горн Павел Владимирович		

Анализ корпоративной социальной ответственности ООО Фирмы «Крепеж - деталь» ТО

Корпоративная социальная ответственность (КСО) — явление достаточно новое для нашей страны. Вместе с тем, оно уже давно и активно развивается на Западе и является нормой для современного цивилизованного бизнеса. Существует несколько определений этого термина. И, пожалуй, наиболее точно его характеризует следующее. КСО — это концепция, в соответствии с которой фирма учитывает интересы общества и берет на себя ответственность за влияние своей деятельности на клиентов, потребителей, работников, поставщиков, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны, а также на окружающую среду.

В данной главе анализируется процесс управления корпоративной социальной ответственностью. В частности, дана краткая характеристика корпоративной социальной ответственности ООО Фирмы «Крепёж - деталь». Предложены рекомендации по улучшению управления корпоративно-социальной ответственностью ООО Фирмы «Крепёж - деталь».

1 Определение стейкхолдеров организации

Таблица 1 – Стейкхолдеры организации

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1.Сотрудники предприятия	1. Поставщики
2.Потребители	

Вывод: Учитывая специфичность деятельности фирмы влияние Прямых стейкхолдеров относительно Косвенных значительнее. Наиболее крупный

сегмент в группе Прямых стейкхолдеров фирмы – Потребители. Они формируют взаимозависимую систему, которая поддерживает деятельность фирмы. Репутация фирмы сильно зависит от качества работы Сотрудников и Поставщиков.

2 Определение структуры программ КСО

Таблица 2 – Структура программ КСО

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
Международный день защиты детей	Эквивалентное финансирование	Косвенные стейкхолдеры	Ежегодно	Укрепление традиции общегородского массового праздника, организация разнообразного отдыха детей. Повышение известности компании, обеспечение возможности сотрудничества с государственными структурами.
Сотрудники	Социально-ответственное поведение	Прямые стейкхолдеры	Ежегодно	Повышение квалификации сотрудников

Сотрудники фирмы ежегодно являются организаторами небольшого количества мероприятий направленных на укрепление межрегиональных и межкультурных связей, формирование позитивного имиджа города Томска, как у местного населения, так и у гостей города. Получая при этом хорошую рекламу.

3 Определение затрат на программы КСО

Таблица 3 – Затраты на мероприятия КСО

Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации планируемый Период (год)
Новогодние подарки для детей	Подарки	800	$800 \cdot 8 = 6400$ рублей
Праздники: 8 марта; 23 февраля.	Рубль	1000 руб.\чел. 1000 руб.\чел	$1000 \cdot 8 = 8000$ $1000 \cdot 8 = 8000$
День рождения сотрудника	Рубль	1000 рублей	$1000 \cdot 8 \text{ чел} = 8000$
Международный день защиты детей	Рубль	-	20000
		Итого:	50400 рублей

Все проводимые мероприятия КСО соответствуют ожиданиям стейкхолдеров и направлены на поддержку сотрудников и организации мероприятий для местного населения.

4 Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций

- 1) Программа КСО соответствует целям фирмы.
- 2) Для фирмы преобладает внутреннее КСО.
- 3) Все программы КСО полностью охватывают интересы стейкхолдеров.
- 4) Реализуя программы КСО фирма получает:

- социально-ответственное поведение - фирма заботится о сотрудниках компании, стимулирующие надбавки дают больше стимула для качественной и творческой работы сотрудников.

Рекомендации:

- Осуществление психологических тренингов;
- Тренингов на сплочение сотрудников организации и курсов совершенствования полученных знаний;

Таким образом, корпоративная социальная ответственность — это не просто ответственность фирмы перед людьми, организациями, с которыми она сталкивается в процессе деятельности, перед обществом в целом, не просто набор принципов, в соответствии с которыми фирма выстраивает свои бизнес-процессы, а философия организации предпринимательской и общественной деятельности, которых придерживаются компании, заботящиеся о своем развитии, обеспечении достойного уровня жизни людей, о развитии общества в целом и сохранение окружающей среды для последующих поколений.

Заключение

Предпринимательство - один из способов инвестирования, как с точки зрения государства, так и с точки зрения частного инвестора. Как уже упоминалось выше, компания является основным звеном хозяйствования и формируют основу экономического потенциала государства.

Чем прибыльнее компания и более стабильный ее доход, тем больше становится ее вклад в социальную сферу государства, ее экономический потенциал, наконец, тем лучше живут люди, работающие на таком предприятии.

Важным условием преодоления сомнений предпринимателя (инвестора) в целесообразности промышленных инноваций является перераспределение риска между работодателем, инноваций поставщика, кредитора и страховщика. В основе этого перераспределения рисков лежит адекватное распределение между результатом инновационной деятельности в долгосрочной перспективе.

1. Инновационный дизайн в производстве исходит на основе стратегических бизнес-целей и установления целевых показателей экономического развития.

2. План инноваций (проект) - это система организационно-правовых и финансово-экономических документов, необходимых для внедрения инноваций в конкретном действующем предприятии или вновь созданного субъекта предпринимательской деятельности. Он содержит основные программируемые действия, основные финансово-экономические показатели, характеризующие размеры и ожидаемые результаты инноваций на будущее, а также оценки состояния инновационного объекта до и после того, как инновации.

3. Особенности проектирования инноваций являются:

- акцент на спрос и изменения на товарных рынках, в том числе на рынке инноваций;

- множественность источников инвестиций, а также необходимость оптимизации структуры инвестиций;
- необходимость учитывать расчеты горизонта.

В то же время в период безрисковой инвестиционной процентов по государственным облигациям могут быть учтены потери прибыли из-за ошибки денежного потока определения реального инвестиционного путем добавления к премиям процентных ставок безрисковых на риск:

- рассмотрение нескольких видов рисков: рыночного, инновационного (бизнес-риска), финансового;
- обязательное утверждение долгосрочных целей участников инновационной деятельности, а также их текущих коммерческих интересов.

4. Инновации дизайна включают в себя поддержку инвестиционных планов бизнеса для роста экономических показателей на определенном этапе жизненного цикла нововведения. В отсутствие финансовой поддержки бизнеса целесообразности разработали новый инвестиционный проект и план ликвидации существующего бизнеса.

Предложенный выше меры позволят обеспечить компании не только стабильный доход, но и его эффективное использование в целях достижения максимального удовлетворения производственных, материальных и социальных нужд предприятия, с одной стороны, и, с другой стороны, приведет к возрождению частных инвестиций, улучшение бизнеса и экономики региона в целом.

То же самое следует сказать, что в компании есть бесхозяйственность капитала. Существует также тенденция к снижению финансовой устойчивости фирмы. Поэтому для стабилизации финансового состояния компании, по крайней мере, до уровня прошлых лет предлагается принять следующие события:

- должны сначала изменить отношение руководства,
- разработать новые методы и методику управления,

- усовершенствовать структуру управления,
- культивировать и обучить персонал,
- совершенствовать кадровую политику,
- продумать и планировать тщательно ценовую политику,
- изыскивать резервы для снижения затрат,
- мероприятия для своевременного поступления денежных средств на услуги, оказываемые инвентаризацией дебиторской задолженности, выявления причин его формирования и зрелости,
- контроль над соблюдением условий договоров,
- в связи с увеличением стоимости услуг, выявить внутренние резервы для его сокращения.

Список используемых источников

1. Блохина Т. Рынок институциональных инвестиций: состояние и перспективы // Вопросы экономики. 2003. № 1. С. 24-28.
2. Асаул А.Н., Скуматов Е.Г., Локтева Г.Е. Методологические аспекты формирования и развития предпринимательских сетей. СПб.: «Гуманистика», 2004. 256с.
3. Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж. Инвестиции. / пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2008. 125с.
4. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 23 апреля 2013 г. N 16573/12 «Понятие экономического спора связано с категорией предпринимательской деятельности, определение которой дано в ст. 2 ГК РФ». URL: <http://ivo.garant.ru/#/basesearch/> (дата обращения 18.04.2016).
5. Ляско В.И. Стратегическое планирование развития предприятия: учебное пособие для вузов. М.: Издательство «Экзамен», 2008. 192с.
6. Ковалев В.В. Курс финансового менеджмента: учебник. М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2013. 1104с.
7. Татарников Е.А., Сигачев Д.А., Новикова Н.А. Антикризисное управление (бизнес-пособие). Саратов: Научная книга, ИД Равновесие, Электронный учебник, 2004. 28с.
8. Федорова Г.В. Учет и анализ банкротств: учебное пособие. 2-е изд. стер. М.: Омега-Л, 2011. 284с.
9. Экономический анализ: Учебник / Г.В. Савицкая. 14-е изд., перераб. и доп. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 649с.
10. Грибов В.Д., Грузинов В.П., Кузьменко В.А. Экономика организации (предприятия). Учебник. 9-е изд., перераб. М.: Кнорус, 2015. 408с.
11. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческой организации. М.: ИНФРА-М, 2013. 208с.

12. Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. Финансы организаций (предприятий). М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2012. 255с.
13. Управление организацией: Учебник / Поршнев А.Г., Азоев Г.Л., Баранчеев В.П., Поршнев А.Г., Румянцева З.П.; Под ред. Саломатина Н.А. 4-е изд., перераб.и доп. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 736с.
14. Скамай Л.Г. Экономический анализ деятельности предприятий / Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина. М.:ИНФРА-М, 2011. 384с.
15. Краснова Н.А. Инновации в экономических теориях разных школ // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2013. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/12/3476> (дата обращения: 20.04.2016).
16. Инвестиционный менеджмент [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/resource/985/79985/files/metelev.pdf#4> (дата обращения 14.05.2016).
17. Экономический анализ: Учебник / Г.В. Савицкая. 14-е изд., перераб. и доп. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 649с.
18. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 455с.
19. Ярин Г.А. Экономика предприятия: Учебник. Екатеринбург: Изд-во. Урал. гос. экон. ун-та, 2007. 183с.
20. Асаул А.Н., Карпов Б.М., Перевязкин В.Б., Старовойтов М.К. Модернизация экономики на основе технологических инноваций СПб: АНО ИПЭВ, 2008. 606с.
21. Кравченко А.И., Тюрина И.О.. Социология управления: фундаментальный курс: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. 2-е изд., испр. и доп. М.: Академический Проект, 2005. 1136с.
22. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент. / В. Г. Медынский. Серия: Высшее образование. Издательство: Инфра-М, 2008. 304с.
23. Инновационный менеджмент: учебник под ред. С.Д. Ильенковой. Юнити-Дана, 2012. 335с.

24. Экономический анализ. Учебник для ВУЗов./ Под ред. Л.Т.Гиляровской. М.: ЮНИТИ, 2004. 211с.
25. Медынский В.Г. Инновационное предпринимательство [Текст]: Учебное пособие / В.Г.Медынский, Л.Г. Шаршукова. М.: ИНФРА-М, 2007.216с.
26. Стрекалов О.Б. Инновационный менеджмент. Казань: Изд-во КГТУ, 2009. 151с.
27. Шеремет А.Д., Ионова А.Ф. Финансы предприятий: менеджмент и анализ: учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. М.: ИНФРА-М, 2009. 276с.
28. Лиференко, Г.Н. Финансовый анализ предприятия [Текст]: учеб. пособие / Г. Н. Лифренко. М.: Экзамен, 2009. 213с.
29. Инвестиционная стратегия предприятия [Электронный ресурс]. URL: http://knowledge.allbest.ru/finance/3c0a65625b2bd68a4d53a88521216c27_0.html (дата обращения 16.05.2016).
30. Анализ конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. URL:http://knowledge.allbest.ru/management/3c0b65635a3ad68a4d43b88521216c26_0.html. (дата обращения 16.05.2016).
31. Своя колея [Электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/expert/2011/02/svoya-koleya> (дата обращения 17.05.2016).
32. Докажи, что я должен купить [Электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/expert/2011/02/dokazhi-cto-ya-dolzhen-kupit>. (дата обращения 17.05.2016).
33. Ж.Ж. Ламбен. Стратегический маркетинг: СПб.: Наука, 2007. 314с.
34. И. Рыбальченко [Электронный ресурс]. /Практические методы разработки и анализа товарной стратегии предприятия на основе внутренней вторичной информации. URL: [http:// www. cfin.ru /marketing](http://www.cfin.ru/marketing) (дата обращения 17.05.2016).
35. Попков В.П, Семенов В.П. Организация и финансирование инвестиций. М.: Экоперспектива, 2009. 96с.

36. Политика управления реальными инвестициями [Электронный ресурс]. URL: <http://studybook.su/lection/politika-upravleniya-realnymi-investitsiyami> (дата обращения 15.05.2016).
37. Инвестиции: Учебник / Финансовая академия при Правительстве РФ / под ред. проф. Н.И. Лахметкиной. М.: Кнорус, 2009. 134с.
38. Инвестиции: Сборник заданий для самостоятельной подготовки / Финансовая академия при Правительстве РФ / под ред. проф. Н.И. Лахметкиной. М.: Кнорус, 2009.
39. Игошин Н.В. Инвестиции. Организация управления и финансирования: Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 163с.
40. Сергеев И.В., Веретенникова И.И. Организация и финансирование инвестиций. М.: Финансы и статистика, 2009. 132с.
41. Хачатурян А.А., Шкодинский С.В. Инвестиции: курс лекций / 2-е изд. дополн. и перераб. М.: МИЭМП, 2007. 184с.
42. Предпринимательство. Учебник для вузов / 4 изд., перераб. и доп. Под ред. Горфинкеля В.Я. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 735с.
43. Сборник научных статей «Социально-экономическое положение России в новых геополитических и финансово-экономических условиях: реалии и перспективы развития», СПб.: Институт бизнеса и права, 2008.
44. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. М.: Финансы и статистика, 2008. 384с.
45. Казакова Н.А. Предпосылки становления новой экономической специальности – аналитика. Экономический анализ: теория и практика. 2008. №7. С.58-59.
46. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: учебник 2-е изд., доп. М.: ИНФРА-М. 2008. 367с.
47. Ковалева А.М. Финансы. М.: Фонд «Правовая культура», 2006. 313с.
48. Когут А.Е. Управление инвестиционной деятельностью предприятия. М.: Перспектива, 2007. 237с.

49. Глазьев С. Перспективы социально-экономического развития России // Экономист. 2009. №1. С.131-134.
50. Федеральная целевая программа «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2007-2012 годы», утв. распоряжением Правительства РФ №531 от 18.08.2006.URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/191687/paragraph/12:3> (дата обращения 27.05.2016)
51. Идрисов А.Б. Планирование и анализ эффективности инвестиций. М.: Воениздат, 2009. 112с.
52. Слепнева Т.А., Яркин Е.В. Инвестиции. М.: ИНФРА-М, 2013. 68с.
53. Гражданский кодекс Российской Федерации. (СЗ РФ, 2002, № 43, ст. 4190).
54. Федеральный закон РФ «Об особенностях несостоятельности (банкротства) субъектов» от 24 июня 1999 г. № 122-ФЗ.//Российская газета. 1999. № 122, № 123.
55. Постановление Правительства РФ от 8 июля 1997 г. № 848 «Вопросы Федерального службы России по делам о несостоятельности и финансовому оздоровлению».URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/12100100/paragraph/11:9> (дата обращения 14.05.2016)
56. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. Пособие. М., 2001. 98с.
57. Грачев А.В. «Анализ и управление финансовой устойчивости предприятия», М., «Финансы и статистика», 2012 г. 528 с.
58. Елисеев А. «Банкротство: эффективность применения института в современных условиях»//Российский экономический журнал, № 8, 2006 г. 55с.
59. Ковалев В.В., О.Н.Волкова. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Учебник. М.: ООО «ТК Велби», 2012. 424с.

60. Лукьянов В. Банкротство и умысел // ЭКО. № 7. 2011. 128с.
61. Любушин Н.П. «Анализ финансово-экономической деятельности предприятия», М., ЮНИТИ, 2001 г. 438 с.
62. Предпринимательское право Российской Федерации, отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно: М.: Юристъ, 2014. 1001 с.
63. Свит Ю. Восстановительные процедуры – способ предотвращения банкротства //Вопросы экономики, 2014 г., № 4.С.46-48.
64. Справочник директора предприятия / Под ред. И.Г. Лапусты. Изд.3-е, испр. и доп. М.: ИНФРА-М, 2008. 784 с.
65. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов; Под ред. проф. Н.Ф. Самсонова М.: Финансы, ЮНИТИ, 2011. 495 с.

Приложение А
(обязательное)

Аналитическая группировка и анализ статей актива и пассива баланса

АКТИВ	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение 2014 к 2015 гг.		Удельный вес, %			Изменение уд.веса 2014 от 2015 г., %
				тыс. руб.	%	2013 г.	2014 г.	2015 г.	
1. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ									
Нематериальные активы (110)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Основные средства (120)	36	32	27	-5	-15,6	5,3	8,02	6,0	-2,12
Незавершенное строительство (130)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Прочие внеоборотные активы (150)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 1 (190)	36	32	27	-5	-15,6	5,3	8,02	6,0	-2,12
2. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ									
Запасы и затраты (210+220)	111	65	176	111	170,7	16,4	16,3	39,0	22,8
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты) (230)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ИТОГО МЕДЛЕННОРЕАЛИЗУЕМЫЕ АКТИВЫ (210+220+270)	111	65	176	111	170,7	16,4	16,2	39,0	22,8
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты) (240)	180	182	84	-98	-53,8	25,6	45,61	18,6	-27

ИТОГО БЫСТРОРЕАЛИЗУЕ МЫХ АКТИВОВ (240)	180	182	84	-98	-53,8	25,6	45,6 1	18,6	-27
ИТОГО ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ (230+240+270)	180	182	84	-98	-53,8	25,6	45,6 1	18,6	-27
Краткосрочные вложения (250)	10	-	-	-	-	1,5	-	-	-
Денежные средства (260)	339	120	164	44	26,8	51,2	30,0 7	36,4	6,33
ИТОГО НАИБОЛЕЕ ЛИКВИДНЫЕ АКТИВЫ (250+260)	349	120	164	44	26,8	52,7	30,0 7	36,4	6,33
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 2 (290)	640	367	424	57	13,4	94,7	91,8 8	94,0	2,2
БАЛАНС (190+290)	676	399	451	52	11,5	100	100	100	-
ПАССИВ	201 3 г.	201 4 г.	201 5 г.	Отклонен ие 2014 2015г.		Удельный вес, %			Измене ние уд.веса 2014 г. 2015 г., %
				ты с. ру б.	%	2013 г.	201 4г.	2015 г.	
3. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ									
Уставный капитал (410)	10	10	10	-	-	1,5	2,5	2,2	-0,3
Добавочный капитал и резервный капитал (420+430)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Специальные фонды и целевое финансирование (440+450)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Нераспределенная прибыль (460- 465+470-475)	80	96	167	71	42,5	11,8	24,0	37,0	13
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 3 (490)	90	106	177	71	40,1	13,3	26,5	39,3	12,8
4. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА									
ИТОГО	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ДОЛГОСРОЧНЫХ ЗАЕМНЫХ СРЕДСТВ (590)									
ИТОГО ДОЛГОСРОЧНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ (590+630+640+650)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА									
Займы и кредиты (610)	180	-	-	-	-	26,6	-	-	-
ИТОГО КРАТКОСРОЧНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ (610+660)	180	-	-	-	-	26,6	-	-	-
Кредиторская задолженность (620)	406	293	274	-19	-6,5	60,1	73,5	60,7	18,1
ИТОГО СРОЧНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ (620)	406	293	274	-19	-6,5	60,1	73,5	60,7	18,1
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 5	586	293	274	-19	-6,5	86,7	73,5	60,7	18,1
ИТОГО ЗАЕМНЫХ СРЕДСТВ (590+690)	586	293	274	-19	-6,5	86,7	73,5	60,7	18,1
БАЛАНС (490+590+690)	676	399	451	52	11,5	100	100	100	-